

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-León
Área de conocimiento de Ciencias de la Educación y Humanidades

Área Específica de Trabajo Social



**Economía creativa y calidad de vida de mujeres emprendedoras en comunidades
del municipio de León durante el año 2025.**

Monografía para optar al Título de Licenciadas en Trabajo Social

Autoras:

Bra. Concepción Scarleth Castro

Bra. Jessy de los Ángeles Espinoza Gutiérrez

Bra. Nohemí de los Ángeles Marín Dávila

Tutora: MSc. Ruth Del Socorro Espinoza Solís

León, 11 de septiembre del 2025

2025: 46/19 Siempre más allá ¡Avanzando en la Revolución!

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-León

Área de conocimiento de Ciencias de la Educación y Humanidades

Área Específica de Trabajo Social



**Economía creativa y calidad de vida de mujeres emprendedoras en comunidades
del municipio de León durante el año 2025.**

Monografía para optar al Título de Licenciadas en Trabajo Social

Autoras:

Bra. Concepción Scarleth Castro 21-05381-0 _____

Código del MINED: CSC-061202-3211097

ORCID-iD: <https://orcid.org/0009-0007-8376-8945>

Bra. Jessy de los Ángeles Espinoza Gutiérrez 21-05048-0 _____

Código del MINED: YDEG-191204-1741974

ORCID-iD: <https://orcid.org/0009-0005-9616-5065>

Bra. Nohemí de los Ángeles Marín Dávila 21-04723-0 _____

Código del MINED: NAMD 230799- 1584904

ORCID-iD: <https://orcid.org/0009-0007-7241-0681>

Tutora: MSc. Ruth Del Socorro Espinoza Solís

León, 11 de septiembre del 2025

2025: 46/19 Siempre más allá ¡Avanzando en la Revolución!

AGRADECIMIENTO

A Dios, fuente de sabiduría y fortaleza, por guiarnos en cada paso de este proceso y permitirnos culminar con éxito esta etapa tan importante de nuestra formación profesional.

A nuestras familias, quienes han sido nuestro mayor pilar, por su amor, paciencia y apoyo incondicional. Gracias por comprender nuestros sacrificios, por alentarnos en los momentos difíciles y por enseñarnos el valor del esfuerzo y la perseverancia.

Agradecemos profundamente a nuestros docentes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León, quienes con su dedicación, orientación y conocimientos contribuyeron de manera significativa a nuestra formación académica y a la realización de este trabajo investigativo.

A nuestra tutora MSc. Ruth Espinoza Solís por su invaluable orientación, paciencia, compromiso y dedicación en cada etapa de este proceso. Más que una guía académica, fue una inspiración constante que nos impulsó a superar cada reto con determinación.

Expresamos nuestro sincero agradecimiento a las mujeres emprendedoras de la comunidad de León que participaron en este estudio, quienes con sus experiencias y confianza hicieron posible esta investigación.

Finalmente, damos gracias a todas las personas e instituciones que, de una u otra forma, brindaron su apoyo, tiempo y colaboración. Este logro no solo es nuestro, sino también de todos aquellos que creyeron en nosotras y nos acompañaron en este camino académico.

Scarleth, Jessy y Nohemí

DEDICATORIA

Primeramente, a Dios y a Nuestra Madre Santísima Virgen de Guadalupe, por ser mi guía y sostén en cada paso de este camino, porque me regalaron la salud, fortaleza y sabiduría para enfrentar cada desafío que se presentó durante este proceso

A mi madre, quien con su amor y sus sacrificios silenciosos ha sido el motor de mi vida. Gracias, mamá, por creer en mí incluso cuando yo misma dudaba; este triunfo es tan tuyo como mío, porque sin tu apoyo y tus enseñanzas no habría llegado hasta aquí.

A mi abuela, que ha sido una de las únicas personas que confió en mis capacidades y en mi esfuerzo a lo largo de este proceso. Gracias por ser mi ejemplo de fortaleza, ternura y sabiduría, por alentarme en cada paso y por enseñarme que la fe y la perseverancia siempre llevan a buen puerto. Tu amor y tu confianza han sido un regalo invaluable que guardaré siempre en mi corazón.

A mis hermanos, que con su cariño y compañía me hicieron sentir que no estaba sola. Ellos han sido un pilar de motivación y alegría, compartiendo conmigo tanto las dificultades como las pequeñas victorias en este proceso.

A mis tíos y tías quienes también han estado presentes brindándome su confianza, apoyo y palabras de aliento. Gracias por creer en mí y por recordarme, con su ejemplo y compañía, que la familia es un lazo que impulsa a alcanzar lo que parecía lejano.

Dedico este logro a cada una de las personas que han caminado conmigo, que confiaron en mis capacidades y que me animaron a continuar. Este triunfo no solo me pertenece a mí, sino a todos ustedes que formaron parte de este viaje.

Concepción Scarleth Castro

A Dios por ser la luz principal de mi vida, porque a pesar de todo nunca me dejó sola y en los momentos más difíciles me vio con ojos de misericordia.

A mi papá y mi mamá, las palabras sobran para expresar lo afortunada que soy de tenerlos presente en mi desarrollo profesional; su apoyo, su amor, sus sacrificios y el “tú puedes” fueron mi motor todos estos años. Que mejor manera de honrarlos, dedicándoles uno de mis logros más grandes.

A mis hermanas, Cindy mi ejemplo a seguir y María Celeste mi mayor fan, por ser mi compañía en toda esta etapa, por los consejos, los abrazos y las palabras de aliento, las amo.

A Ruth Espinoza Solís por abrirme las puertas de su hogar con cariño y disposición, brindándome un espacio seguro donde pude vivir, compartir y crecer.

A Jonathan y a mi abuelo Max, dos ángeles en mi camino, les dedico esta tesis como agradecimiento por todo su apoyo, confianza y respaldo.

A Nohemí y Scarleth por no dejarme sola, sin ustedes nada sería posible, gracias por todas las anécdotas, experiencias y sacrificios compartidos.

Y a todas aquellas personas que, de una u otra manera, aportaron a la realización de esta meta, les dedicó este logro con gratitud y cariño.

Jessy de los Ángeles Espinoza Gutiérrez

A Dios, fuente de sabiduría y fortaleza, quien me ha acompañado en cada paso de mi vida y me ha permitido alcanzar este sueño. A Él entrego este logro como muestra de fe y gratitud infinita.

A mis padres, pilares fundamentales de mi vida, quienes con su sacrificio y ejemplo de lucha constante me han inspirado a no rendirme ante las adversidades. Gracias por inculcarme valores, enseñarme el camino del esfuerzo y recordarme siempre que la educación es la mejor herencia que pueden darme.

Dedico también este logro a mis compañeras de estudio, con quienes compartí jornadas de aprendizaje, cansancio, risas y retos. Su amistad y solidaridad hicieron más llevadero este camino.

Dedico también este logro a todas las personas que creyeron en mí y me impulsaron a seguir adelante, a mi novio, por ser mi compañero fiel, por acompañarme en mis días de cansancio, celebrar cada uno de mis avances y recordarme siempre mi capacidad de lograr grandes cosas.

Por último y no menos importante a mis gatitos que son mi motivación para llegar a casa y seguir esforzándome cada día.

Nohemí de los Ángeles Marín Dávila

RESUMEN

La Economía Creativa en Nicaragua se ha venido fortaleciendo a través de iniciativas como el Programa Nacional Nicaragua Creativa y el Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza han permitido que un número creciente de mujeres emprendedoras accedan a recursos, de formación y acompañamiento para fortalecer sus ideas de negocio. El tema de estudio: **Economía creativa y calidad de vida de mujeres emprendedoras del municipio de León** tiene Como objetivo identificar como la economía creativa ha mejorado en la calidad de vida de las mismas, categorizando los tipos de emprendimiento dentro de la economía creativa, comparando el antes y el después en las condiciones de vida de las mujeres, evidenciando como la economía creativa ha mejorado la calidad de vida de las mujeres. El enfoque del estudio es mixto, descriptivo, de corte transversal. El universe fueron 67 mujeres con emprendimientos dentro de la economía creativa y 6 funcionarias de la comisión de economía creativa Del municipio, La muestra fue de 21 mujeres y dos funcionarías (Alcaldía y UNAN). Se aplicaron encuestas a las 21 mujeres y entrevista a las dos funcionarias miembros de la comisión, se realizó observación participante. Los resultados muestran que el sector más fuerte es gastronomía, seguido por expresión cultural el diseño y moda con 19% y por último se representan sectores más pequeños con identidad artesanal y cultural siendo la bisutería, la arquitectura y venta de joyas de plata. La mayoría de las participantes reporta ingresos mensuales que superan el salario mínimo nacional, lo que evidencia un avance hacia la seguridad económica y la capacidad de cubrir necesidades básicas, esto confirma que la economía creativa ha mejorado la calidad de vida de las mujeres emprendedoras.

Palabras Claves: Economía creativa, género, calidad de vida, emprendimientos



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA, León (UNAN - León)
FUNDADA EN 1812
AREA DE CONOCIMIENTO CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y HUMANIDADES
REGISTRO ACADEMICO

CERTIFICACIÓN

La suscrita maestra Ruth del Socorro Espinoza Solís, docente del área específica de Trabajo Social, en mi calidad de tutora,

Certifica que:

He revisado el trabajo monográfico titulado: **Economía creativa y calidad de vida de mujeres emprendedoras en una comunidad de León durante el año 2025.**

Elaborado por las bachilleras:

Bra. Concepción Scarleth Castro carnet 21-05381-0, **Código del MINED:** CSC-061202-3211097, ORCID-**ID:** <https://orcid.org/0009-0007-8376-8945>,

Bra. Jessy de los Ángeles Espinoza Gutiérrez, carnet 21-05048-0, **Código del MINED:** YDEG-191204-1741974, ORCID-**ID:** <https://orcid.org/0009-0005-9616-5065>

Bra. Nohemí de los Ángeles Marín Dávila, carnet 21-04723-0, **Código del MINED:** NAMD 230799- 1584904, ORCID-**ID:** <https://orcid.org/0009-0007-7241-0681>

Considerando que esta monografía reúne y cumple con los aspectos técnicos y metodológicos, para ser presentada, examinada y defendida el día 11 del mes de septiembre del 2025.

Extiendo la presente en la ciudad de León, a los 1 días del mes de septiembre del 2025.

M.Sc. Ruth del Socorro Espinoza Solís

Tutora

cc: Archivo

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
OBJETIVOS.....	4
I. MARCO TEÓRICO.....	5
1.1. Antecedes.....	5
1.1.1. Economía Creativa	5
1.1.2. Emprendimientos en años anteriores	6
1.2. Fundamentación teórica	6
1.2.1. ¿Qué es la Economía Creativa?	6
1.2.2. Tipos de emprendimientos dentro de la economía creativa	7
1.2.3. Rubros dentro de la Economía Creativa	7
1.2.4. Características generales de la Economía Creativa.....	7
1.2.5. Calidad de vida de las mujeres antes y después de los emprendimientos dentro de la economía creativa.....	8
1.2.6. Emprendimientos	10
1.2.7. Emprendimientos femeninos y calidad de vida	11
1.2.8. Igualdad de Género en el Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza	11
1.2.9. Política de género.....	12
1.2.10. Economía creativa en el Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza	13
1.2.11. Estrategia Nacional de Educación: EJE 3.....	15
1.3. Conceptos	16
II. HIPÓTESIS	20
III. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	21
IV. DISEÑO METODOLÓGICO.....	26
V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	32
VI. DISCUSIÓN.....	60
VII. CONCLUSIONES.....	63
VIII. RECOMENDACIONES.....	64
BIBLIOGRAFÍA.....	66
ANEXOS.....	68

INTRODUCCIÓN

La economía creativa es uno de los sectores que más rápido está creciendo en la economía mundial. Es una fuerza transformadora en términos de generación de ingresos, creación de empleos y aumento de los ingresos en exportaciones (UNESCO, 2021). Según Petrova (2024), la economía creativa está ganando impulso rápidamente en todo el mundo, convirtiéndose en un motor significativo del crecimiento del PIB (Producto Interno Bruto) y el empleo. Según las estimaciones de la ONU, las industrias culturales y creativas representan el 3,1% del PIB mundial y el 6,2% del empleo en todo el mundo. Las industrias de la economía creativa generan ingresos anuales de más de 2 billones de dólares y representan casi 50 millones de empleos en todo el mundo. Aproximadamente la mitad de estos trabajadores son mujeres, y estas industrias emplean a más personas de entre 15 y 29 años que cualquier otro sector. Ofrecen una plataforma para que las personas liberen su creatividad e innovación, transformando las ideas en un valor económico tangible.

En los últimos años, el impulso de políticas públicas en Nicaragua ha favorecido el crecimiento de la economía creativa como una estrategia clave para el desarrollo local sostenible. Iniciativas como el Programa Nacional Nicaragua Creativa y el Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza han permitido que un número creciente de mujeres emprendedoras accedan a recursos, formación y acompañamiento para fortalecer sus ideas de negocio. Esta transformación ha generado oportunidades económicas concretas, sobre todo en sectores culturales, artísticos y productivos, donde la creatividad y la innovación se convierten en herramientas de empoderamiento personal y comunitario.

Este estudio lleva por título: **Economía Creativa y calidad de vida de mujeres emprendedoras en comunidades del municipio de León durante el año 2025**. Donde se analizarán los tipos de emprendimientos desarrollados, las condiciones de vida antes y después de iniciar sus negocios, y el valor que la innovación ha aportado en este proceso. Los resultados de esta investigación buscan contribuir con evidencias significativas fortalecer las políticas públicas de apoyo al emprendimiento femenino, desde el enfoque del Trabajo Social y el desarrollo local con perspectiva de género.

Este fenómeno ha influido directamente en la calidad de vida de muchas mujeres, quienes a través del emprendimiento logran mayor autonomía económica, participación social y estabilidad familiar. No obstante, existen pocos estudios que profundicen en cómo la economía creativa incide específicamente en la mejora del bienestar integral de mujeres emprendedoras dentro de contextos locales. Por ello, se vuelve necesario abordar esta temática desde una perspectiva crítica y contextualizada, enfocándose en los factores que intervienen en el cambio de sus condiciones de vida y el papel que desempeñan en la economía local.

Por lo antes expuesto se ha planteado la siguiente pregunta de investigación: **¿Cómo la economía creativa de las mujeres emprendedoras ha incidido en la mejora de la calidad de vida de ellas y de su familia, en comunidades del municipio de León durante el año 2025?**

En Nicaragua, para el año 2020, se formuló la Estrategia Nacional y el Programa Nacional Nicaragua Creativa, fomentando así la creatividad, la innovación y el talento de los nicaragüenses en modelos de negocios y emprendimientos. Es por esto que, a través de las diferentes plataformas desde la Comisión de Economía Creativa, se impulsan iniciativas de proyectos que de forma creativa e innovadora dan respuesta a las nuevas realidades. (CNU. 2022)

Los resultados de este estudio beneficiarán en primer lugar, a las mujeres emprendedoras que desarrollan su creatividad y sus habilidades a través de la economía creativa, promoviendo el desarrollo local sostenible y usando responsablemente la participación ciudadana y la equidad social.

Así también, será beneficiado el entorno familiar de las mujeres emprendedoras, ya que tendrán un desarrollo económico y una mejora en la calidad de vida.

De igual manera, será beneficiada la comunidad, puesto que, a través de los resultados de este estudio podrán observar cómo los emprendimientos femeninos mejoran significativamente la calidad de vida en el ámbito social, económico y cultural.

Finalmente, serán beneficiados los estudiantes de la carrera de Trabajo Social, tendrán un elemento importante que retomar para próximos estudios basados en la economía creativa, el Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza y con las líneas de investigación de dicha carrera.

Entre los principales resultados se evidenció que, a través del Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza y la creación de entes gubernamentales, las mujeres han recibido un apoyo esencial en la creación de distintos emprendimientos como apoyo económico, formación, acompañamiento para la comercialización de sus productos como las ferias, mejorando su estabilidad económica y las condiciones de vida de ellas, de su familia y de la comunidad.

OBJETIVOS

General

Identificar cómo la economía creativa ha mejorado la calidad de vida de las mujeres emprendedoras en comunidades del municipio de León, durante el año 2025.

Específicos

1. Categorizar los tipos de emprendimientos dentro de la economía creativa que realizan las mujeres en comunidades del municipio de León.
2. Comparar las condiciones de vida de las mujeres emprendedoras antes y después de iniciar su emprendimiento.
3. Valorar cómo la economía creativa está impulsando a las mujeres emprendedoras a mejorar su calidad de vida.

I. MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedes

1.1.1. Economía Creativa

Aunque el término “economía creativa” es relativamente reciente, sus fundamentos se remontan a la importancia de la creatividad y la innovación en el desarrollo económico. Ecozap (2023), citó en 2001, el concepto del libro de John Howkins, *Creative Economy: How People Make Money from Ideas*, donde argumenta que la creatividad y la innovación son motores del crecimiento económico y que las industrias creativas tienen el potencial de generar riqueza y empleo.

Ecozap, (2023), también menciona que la economía creativa es un término relativamente nuevo que ha ganado popularidad en los últimos años. Aunque no hay una sola persona que se pueda atribuir a la creación de este. Howkins definió la economía creativa como el conjunto de actividades que producen bienes y servicios con un contenido creativo, artístico o cultural.

Según el GRUN (2023) a través del Boletín Informativo Nicaragua Creativa, el modelo de economía creativa, un modelo que nace a partir del triunfo de la segunda etapa de la Revolución, en enero de 2007, donde se inició un proceso de construcción de las bases para facilitar a los ciudadanos nicaragüenses ser protagonistas del modelo de desarrollo, económico, social y político del país; un modelo de inclusión, de protagonismo, de integración de las familias y las comunidades al quehacer de la economía de nuestro país, lo que permitió que entre los años 2007, y 2018, existiera todo un proceso evolutivo y de crecimiento sostenido de la economía en todos los ámbitos en particular, sectores que dinamizaban la economía familiar.

En 2019, el modelo de economía creativa se integra para acelerar los procesos de trabajos complementarios e interinstitucional entre sector gobierno, sector privado, la academia y la comunidad local, lo que permitió inicio de un proceso de contextualización y apropiación del concepto de la economía creativa en nuestro país, misma que la ejercíamos desde las iniciativas y acciones para la preservación del patrimonio cultural nicaragüense, desde el arte, artesanías, el diseño, la música, la literatura, la gastronomía, que se vinculan a diferentes sectores de la economía creativa como la agroindustria, el

turismo, MiPyMEs, Ciudades Creativas, los medios y el entretenimiento. El año 2022 cerró a aproximadamente con 4,500 nuevos emprendimientos, garantizando más de 17 mil nuevos empleos, la misión desde la Comisión Nacional de Economía Creativa, será apoyar y acompañar a estos emprendimientos hasta el punto que puedan crecer, madurar y sostenerse en el tiempo. (GRUN, 2023)

La creación de la Economía Creativa en Nicaragua ha sido posible gracias a una visión de país centrada en el desarrollo humano, la vinculación institucional y la promoción de la identidad cultural. A través de la Comisión Nacional de Economía Creativa y la articulación con el sector académico, se ha logrado consolidar un modelo innovador, adaptable a las condiciones locales, que permite a las personas transformar sus ideas en emprendimientos sostenibles y competitivos (Rojas-Icazbalceta, 2023).

1.1.2. Emprendimientos en años anteriores

En las últimas décadas, el emprendimiento se ha convertido en una estrategia social e intelectual para desarrollar habilidades que permitan a los ciudadanos trabajadores emprender actividades empresariales independientes con mayores niveles de seguridad y oportunidad, mejorando así su calidad de vida. (Reyes J. 2022)

1.2. Fundamentación teórica

1.2.1. ¿Qué es la Economía Creativa?

El concepto de Economía Creativa se entiende como un modelo que combina innovación, tecnología y el talento de las personas, generando productos y servicios con valor económico y cultural. En Nicaragua, esta economía se enfoca en sectores como la música, artes visuales, artesanía, diseño, arquitectura y publicidad, transformando la creatividad en un motor económico que fortalece la identidad y la inclusión social de las comunidades (Rojas-Icazbalceta, 2023).

La implementación de la Economía Creativa en Nicaragua se logra mediante alianzas entre instituciones estatales, universidades y organizaciones, que ofrecen formación, asesoría técnica y acceso a financiamiento para emprendedores. Este modelo también integra centros de innovación, programas de incubación de negocios, foros territoriales y talleres, que permiten a los emprendedores escalar sus ideas y adaptarse a las exigencias del mercado actual (Rojas-Icazbalceta, 2023).

1.2.2. Tipos de emprendimientos dentro de la economía creativa

Inskip (2022), afirma que la economía creativa es el sector más abstracto de la economía, ya que se centra en el conocimiento y las ideas. Abarca dos grandes subgrupos económicos:

- **La cultura:** el arte, entretenimiento, la gastronomía, la arquitectura, el diseño, la moda y la publicidad, etc.
- **El conocimiento:** la investigación y desarrollo, la educación, la informática y las telecomunicaciones, el gaming, la alta tecnología, la robótica y nanotecnología, así como la inteligencia artificial y la industria aeroespacial.

La actividad de la economía naranja se marca por la actividad intelectual de aquellos que trabajan en sus sectores. Esto significa que, gran parte de su poder se basa en la propiedad intelectual.

1.2.3. Rubros dentro de la Economía Creativa

Dentro de la Economía Creativa, los emprendimientos abarcan diversos rubros: industrias culturales, turismo, agroindustria, moda, arte, entretenimiento y servicios creativos. Estos negocios se apoyan en la generación de ideas y el talento local para crear bienes y servicios innovadores. En Nicaragua, se han desarrollado además programas de acompañamiento y redes de mentores para fortalecer a estos emprendedores y garantizar su crecimiento dentro de un ecosistema sostenible y competitivo (Rojas-Icazbalceta, 2023).

1.2.4. Características generales de la Economía Creativa

Las características generales de la Economía Creativa incluyen su base en la creatividad, el ingenio y el talento humano, elementos que fusionan valor económico, cultural y social. A través de la innovación y la tecnología, esta economía potencia la generación de empleo, el fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) y la exportación de productos con identidad nacional. Además, promueve la inclusión social y la diversidad cultural, favoreciendo tanto a individuos como a comunidades (Rojas-Icazbalceta, 2023).

1.2.5. Calidad de vida de las mujeres antes y después de los emprendimientos dentro de la economía creativa

Según la Gaceta Sandinista (s.f.), en Nicaragua, antes de la revolución sandinista de 1979, los hombres generalmente asumían pocas obligaciones para con sus hijos; a menudo abandonaban a la familia, dejando el cuidado a las mujeres. No era raro escuchar los abusos que los hombres infligían a las mujeres, ver mujeres corriendo donde un vecino en busca de refugio. No era raro encontrar niños huérfanos cuyas madres morían en el parto, ya que la mortalidad materna era alta. Las enfermedades comunes se agravaban porque había pocos hospitales y si los había se exigía el pago al contado. Después de la victoria sandinista de 1979, las condiciones de vida de las mujeres mejoraron significativamente, logros que el período de gobierno neoliberal (1990-2006) no logró anular por completo. A lo largo del segundo período sandinista (2007-hasta hoy día), la situación material y social de la mujer volvió a dar pasos agigantados.

El mayor avance lo han tenido las mujeres pobres de las zonas rurales y barrios, históricamente sin seguridad, electricidad, agua y servicios sanitarios, atención médica o caminos pavimentados. La liberación alcanzada por las mujeres durante la era sandinista no se puede medir sólo por criterios que se aplican en América del Norte (igual salario por igual trabajo, derecho al aborto, derecho a cuidado infantil asequible, libertad contra la discriminación sexual). La liberación de la mujer en los países del Tercer Mundo implica asuntos que pueden no parecer en la superficie, como cuestiones de derechos de la mujer. Estos incluyen pavimentación de caminos, mejoramiento de viviendas, legalización de la tenencia de la tierra, programas de alimentación escolar, nuevas clínicas y hospitales, electrificación, plomería, campañas de alfabetización, agua potable, programas de ayuda a los campesinos y programas de reducción del crimen. Gaceta Sandinista (s.f.)

Debido a que la mitad de las familias nicaragüenses están encabezadas por madres solteras, este desarrollo de infraestructura promueve la liberación y el bienestar de las mujeres. Los programas gubernamentales que directa o indirectamente acortan las horas de trabajo pesado en el hogar, liberan a las mujeres para que puedan tener mayor participación en la vida comunitaria y aumentan su confianza en sí mismas y su liderazgo.

Un país no puede tener mayor logro democrático que la participación plena e igualitaria de las mujeres. Gaceta Sandinista (s.f.)

El GRUN, a través del PNLCP (2021), estableció diferentes acciones y capacitaciones para las y los emprendedores dentro de la innovación:

- Capacitación a 9,259 emprendedores en elaboración de planes de negocios.
- Capacitar a 9,259 emprendedores en uso de herramientas de innovación en sus modelos de negocio.
- Completar procesos de incubación y aceleración de negocios con 1,846 emprendimientos, los que contarán al final del proceso con planes de negocios preparados.
- Entregar financiamientos a 517 emprendimientos para iniciar o fortalecer sus modelos de negocio.
- Realizar 31 eventos de promoción de emprendimientos a nivel nacional e internacional, organizados por la Comisión Nacional de Economía Creativa.
- Participación de 517 emprendimientos en eventos de las plataformas nacionales e internacionales vinculadas a la Comisión Nacional de Economía Creativa.

En 2019 se formuló la "Estrategia Nacional de Economía Creativa con el Protagonismo de las Mayorías", y en 2020 se formuló el "Programa Nacional Nicaragua Creativa", como instrumentos guía para el impulso de la economía creativa complementaria a la economía convencional, lo que traerá beneficios importantes para las familias y el país. En este marco, en 2020 se alcanzaron los siguientes logros:

- Acompañamiento para el fortalecimiento de conocimientos empresariales y capacidades para promocionar y comercializar productos con 11,003 protagonistas de pequeños negocios y emprendimientos y 39,516 familias capacitadas y acompañadas para promover emprendimientos creativos de la economía familiar.
- Se atendieron 16,591 Jóvenes en espacios de creatividad, innovación y emprendimiento.

- Se capacitaron 5,521 asesores pedagógicos y maestros populares en “Cursos de Aprender para Empezar y Prosperar”, en temas relacionados con inducción a la microempresa.
- Se capacitaron 21,676 jóvenes y adultos de Primaria y Secundaria en el “Curso para el trabajo y el emprendimiento”, a través del módulo de inducción a la microempresa.
- Se realizaron 68 eventos de entretenimiento y promoción a la innovación, creatividad y emprendimiento.
- Se promovieron 64 Proyectos creativos, innovadores y de emprendimiento y 281 familias fueron capitalizadas para el desarrollo de Emprendimientos Creativos.
- Se capacitaron 1,441 protagonistas, autoridades locales y técnicos municipales, sobre el Modelo de Economía Creativa y Emprendedora.
- Se avanzó en la mejora de servicios en línea y atención directa a los protagonistas de pequeños negocios en los territorios.

Nicaragua es uno de los países que más ha logrado liberar a las mujeres del trabajo doméstico y la esclavitud doméstica debido a sus políticas que favorecen la participación social y política y el progreso económico de las mujeres pobres. Gaceta Sandinista (s.f.)

1.2.6. Emprendimientos

Según Reyes J. (2022), en economía, un proyecto suele implementarse bajo dos condiciones especiales: oportunidad o necesidad. El primero se refiere a las circunstancias en que se encuentra el individuo y las circunstancias en que se lleva a cabo el proyecto en un momento dado con consideraciones especiales. La segunda condición está más relacionada con los casos en que las personas intentan satisfacer financieramente sus necesidades básicas (por ejemplo, alimentación, vivienda, salud, etc.). Ahora bien, cuando se habla de emprendimiento, el asunto de género toma cierta relevancia, dado a que esto no solo implica el sexo masculino, sino también la mujer ha querido vincularse en la sociedad por medio de ideas de negocios, donde demuestra las habilidades y destrezas para ofertar algún producto o servicio.

1.2.7. Emprendimientos femeninos y calidad de vida

Contreras, et.al (2020) afirma que históricamente, la mujer ha sido limitada a desarrollar roles de atención a la familia y de trabajo doméstico, tales como cuidar a los hijos y atender las actividades del hogar; no obstante, en la actualidad, las mujeres se han visto motivadas para realizar otro tipo de funciones que las beneficie económicamente, permitiéndoles avanzar individual y socialmente. Es así como en diversas comunidades rurales el emprendimiento femenino ha crecido formando parte de una transformación en los roles de género; de donde resultan razones que alientan a las mujeres a emprender y tener la oportunidad de cubrir una necesidad de su entorno social y económico. Hoy en día, las mujeres en el espacio rural se están transformando en verdaderos agentes de conservación ambiental, pues cada vez son más sustentables sus procesos de producción, así como el aprovechamiento de los insumos.

El emprendimiento es el motor del crecimiento económico de las naciones y un mecanismo de solución de los gobiernos en épocas de crisis, en donde fijan especial atención y hasta motivación para ideas innovadoras. Se destaca que en los últimos años el emprendimiento femenino ha aumentado de manera considerable como el medio que tienen las mujeres para desarrollarse personalmente y de manera profesional, debido a diferentes causas como crisis financiera de los países e independencia hacía sus propios logros. (Carranza, et.al, 2018)

1.2.8. Igualdad de Género en el Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza

Equidad de género y derechos de la mujer, niñez y juventud

La pobreza en Nicaragua ha estado arraigada en los grupos que durante los 17 años de Gobiernos neoliberales fueron altamente excluidos y violentados en sus derechos humanos más esenciales: las mujeres, la niñez y los jóvenes. Para la equidad de género, el Gobierno promueve la participación de las mujeres en forma amplia, como poseedoras de derechos humanos, impulsoras de cambios y generadoras de desarrollo. Esto implica garantizar la participación real y efectiva de las mujeres como protagonistas directas, lo que lleva implícito una transformación en las relaciones y estilos de vida, con el fomento y la promoción de valores que reivindican los derechos de todas las mujeres. Por tanto, es de suma importancia incentivar y promover la participación de las mujeres y visibilizar

su liderazgo en todos los procesos de desarrollo político, económico y social en el país, en todos los niveles y en todos los ámbitos de la vida. Esto ha permitido al país ubicarse en 2020 en la posición número 5 en el Índice de Brecha de Género del Foro Económico Mundial, superando ampliamente la posición 90 que tenía el país en 2007. (PNLCP, 2021)

Lineamiento 5: Profundizar la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas

Desde 2007, el Gobierno ha impulsado un sólido Modelo de Equidad y Complementariedad de género, a través de acciones nacionales que contribuyen al buen vivir de las familias nicaragüenses, con justicia social y respeto a los derechos humanos de Mujeres y Hombres. El Gobierno reconoce en las Mujeres su rol estratégico en el desarrollo humano del país. Por ello, fomenta su protagonismo, empoderamiento, autonomía y creatividad emprendedora, para alcanzar una vida digna, brindándoles una atención integral y articulada desde todas las instituciones del Estado y del Gobierno. En este sentido, el país cuenta con un marco jurídico y normativo que garantiza los derechos humanos de las Mujeres, y el desarrollo permanentemente de planes, programas y proyectos dirigidos a fortalecer el empoderamiento y protagonismo de las mujeres. (PNLCP, 2021)

El avance de la Economía Creativa se ha visto fortalecido por la igualdad de género, ya que mujeres han asumido un rol protagónico en áreas como ciencia, tecnología, modelos de negocio y competencias internacionales de innovación. Programas específicos, como “El plan de mujer creativa e innovadora”, han brindado formación y empoderamiento económico, consolidando la participación femenina en el emprendimiento y generando igualdad de oportunidades en el acceso a recursos y financiamiento (Rojas-Icazbalceta, 2023).

1.2.9. Política de género

Según el Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza (2021), fundamentado en los preceptos de la Constitución Política, nuestras Leyes y los Acuerdos Internacionales en materia de género y derechos humanos, el Gobierno implementa una Política de Género que fomenta la participación de la mujer en la construcción de una sociedad más justa y con desarrollo socioeconómico. Para ello, seguiremos invirtiendo en áreas sensibles

como educación, salud, vivienda, trabajo, seguridad, producción y créditos para las Mujeres. Específicamente, se profundizará en lo siguiente:

- Incrementaremos el protagonismo consciente de las mujeres en el Desarrollo Humano Sostenible, con la participación de 96,291 mujeres en el Modelo de Economía Creativa, a través de procesos de formación, capacitación y prácticas que desarrollen su protagonismo, talentos humanos, espíritu innovador, capacidad de gestión y autonomía en la lucha contra la pobreza.
- Con el Programa Usura Cero colocaremos 800,000 créditos otorgados a 738,500 protagonistas a nivel nacional, para desarrollar sus negocios y emprendimientos, por un monto de C\$7,000 millones.
- Capacitaremos a 48,146 mujeres para afianzar saberes y habilidades en liderazgo protagónico y estratégico, para incidir de mejor manera en los espacios comunitarios, políticos y gremiales.

1.2.10. Economía creativa en el Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza

El GRUN, a través del PNLCP (2021), contiene un lineamiento estrechamente relacionado a la evolución de la economía creativa.

Lineamiento 8: Desarrollar la economía creativa, familiar y emprendedora, con énfasis en modelos asociativos

Una de las políticas relevantes del Gobierno es el fomento y desarrollo del Modelo de Economía Creativa, a partir de los sectores que generan productos y servicios que interactúan con la innovación y la tecnología; con potencial para la generación de puestos de trabajo, ingresos y ganancias por exportación, así como propiedad intelectual.

Acompañar técnica y financieramente las iniciativas de emprendimientos con potencial de crecimiento en el mercado: en este campo, se implementarán programas y proyectos que desarrollen y fortalezcan los modelos de negocio de los emprendimientos, a través de metodologías y herramientas multidisciplinarias que garanticen el crecimiento exponencial y la escalabilidad.

Impulsar la creación de nuevas empresas nacionales, orientadas a la sustitución de productos importados, el Gobierno facilitará condiciones para la creación y consolidación de empresas que desde su actividad económica aporten al desarrollo de industrias dinámicas e innovadoras, mediante:

- Realizar 6 diagnósticos para simplificar tramitología, que promueva inversiones y creación de nuevas empresas que atiendan la demanda de productos del mercado nacional.
- Realizar 540 capacitaciones en temas que faciliten la creación de nuevas empresas que prioricen la diversificación de productos y servicios.
- Preparar 18 Planes interinstitucionales, con énfasis en la transformación, agregación de valor, calidad e innovación.
- Brindar acompañamiento técnico, tecnológico y financiero a 2,041 de MiPyMEs del sector industrial.
- Realizar 18 de rondas de negocios que faciliten la dinamización y enlazamientos entre MiPyMEs del sector industrial.

Fomentar la escalabilidad de los pequeños y medianos negocios y empresas, tanto en su producción, tamaño, como en el empleo que generan, el Gobierno implementará Planes Especializados para fortalecer la visión estratégica de las MiPyMEs, de acuerdo a sus categorías; empleando herramientas y metodologías hacia la escalabilidad de sus modelos de negocios, mediante:

- Ejecutar 108 Planes para el fomento de la escalabilidad de los emprendimientos y MiPyMEs, en sus diferentes categorías.
- Capacitar a 1,846 emprendimientos en el desarrollo de estrategias de escalamiento en sus modelos de negocios.
- Crear el Centro Nacional de Incubación de empresas y 1,846 Startups a partir de programas de incubación y aceleración desarrolladas por instituciones miembros de la Comisión Nacional de Economía Creativa.

Fomento de la economía creativa, fortaleciendo la cultura emprendedora, productiva y artística, para generar oportunidades de desarrollo y prosperidad

El Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza (2021) afirma que una de las estrategias utilizadas por el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (GRUN), para fomentar la producción y el comercio, son las ferias en todo territorio nacional, habiéndose realizado 32,552 entre 2007-2020. Se continuó promoviendo el desarrollo de las MIPYMES, con capacitaciones a 79,336 protagonistas en temas de gestión empresarial, imagen del negocio, buenas prácticas productivas, transporte y embalaje de los productos, aprovechamiento y procesamiento de materias primas, normalización y estandarización de procesos, registro de marca, entre otros.

1.2.11. Estrategia Nacional de Educación: EJE 3

La Comisión Nacional de Educación (2024), a través de la Estrategia Nacional de Educación, cuenta con 16 ejes que se conceptualizan de acuerdo con el modelo y definimos líneas desde la visión integral del Sistema Educativo Nacional, validando para este estudio el:

EJE 3: Educación Creativa

Promueve la curiosidad desde la infancia, desarrollando habilidades y talentos para emprender acciones creativas e innovadoras en las distintas situaciones y ámbitos de la vida, para el desarrollo de las personas, familias y comunidades. Desarrollaremos la creatividad y la innovación que estimulen el pensamiento lógico en preescolar, primaria y secundaria.

- ✓ Programa integral para el desarrollo de creatividad, innovación y emprendimiento en todas las áreas del conocimiento, con estudiantes del campo y la ciudad.
- ✓ Festivales y ferias de creatividad e innovación para la presentación y proyección de ideas creativas y proyectos innovadores.

Promoveremos iniciativas que proyecten habilidades, capacidades y destrezas de estudiantes y docentes para emprender acciones creativas e innovadoras.

- ✓ Plataforma de creatividad e innovación para el desarrollo de proyectos, con componentes: académicos, técnicos, tecnológicos, deportivos, artísticos y culturales.

El concepto de economía creativa fundamenta la innovación, la tecnología y el desarrollo de negocios como prácticas del potencial con que cuentan las personas para aportar con sus recursos a la calidad de vida. Las industrias culturales y creativas han sido planteadas como mecanismos de transformación del arte en bienes tangibles; en Nicaragua se constituyen en el corazón del modelo, estas insertan las producciones artísticas y culturales: música, libro, audiovisuales, fotografía, artesanía, arquitectura, diseño y publicidad. La Economía Creativa en Nicaragua se consolida como la ruta en que transitan hombres y mujeres empoderados de las dinámicas socioproductivas y de su aporte en favor de la economía nacional. Rojas-Icabalzeta, N. (2023).

1.3. Conceptos

Autonomía: condición de quien, para ciertas cosas, no depende de nadie. (RAE, 2014)

Autonomía económica: capacidad de las personas para generar sus propios ingresos y controlar sus recursos financieros (ONU Mujeres, 2020).

Autoempleo: modalidad laboral en la que una persona trabaja por cuenta propia y asume los riesgos y beneficios de su actividad (CEPAL, 2019).

Calidad de vida: Según Ander-Egg (1995), el concepto de calidad de vida aparece como reemplazando el de “bienestar social”. No se trata sólo de “tener “cosas, sino de “ser” persona, de sentirse bien en cuanto a la propia realización personal. Esto implica no sólo retomar la perspectiva del sujeto, sino incorporar como cuestión central la “felicidad”.

Cultura: La cultura comprende el conjunto de rasgos que caracterizan los modos de vida, y se manifiesta a través de una serie de objeto en modo de actualidad de pensar que son creados y transmitidos por los hombres como resultado de su interacción recíproca y de sus relaciones con la naturaleza a través del trabajo. Esto se revela tanto en manifestaciones y realizaciones que sean en el plano intelectual como en el material. La amplitud de este modo de entender la cultura la transforma en cierta medida en un

concepto ilimitado de difícil aprehensión. Frente a la cultura, así entendida, toda persona es más o menos culta y toda persona es productora de cultura, aunque lo sea de manera muy dispar y diversa. (Ander-Egg, 1995).

Creatividad: capacidad para producir ideas nuevas, originales y útiles (Csikszentmihalyi, 1996).

Desarrollo económico local: proceso participativo en el que los actores locales mejoran su economía y calidad de vida (Kantis, 2016).

Desarrollo humano: proceso de ampliación de las oportunidades y capacidades de las personas para llevar la vida que valoran (PNUD, 2020).

Desarrollo local: proceso de crecimiento desde las potencialidades de una comunidad, promoviendo su identidad y sostenibilidad (Vázquez Barquero, 2002).

Economía creativa: sector que engloba actividades que utilizan la creatividad como insumo principal (UNCTAD, 2010).

Economía naranja: conjunto de actividades que generan valor a partir de la creatividad, el arte, la cultura y el conocimiento (Buitrago & Duque, 2013).

Emprendimiento creativo: proceso de creación de valor a través de ideas innovadoras con base en el conocimiento y la creatividad (UNESCO, 2013).

Empoderamiento económico: capacidad de las personas, especialmente mujeres, para tomar decisiones económicas y acceder a recursos (ONU Mujeres, 2020).

Economía informal: conjunto de actividades económicas que no están reguladas por el Estado ni protegidas por la legislación laboral (OIT, 2018).

Estabilidad emocional: habilidad para mantener el equilibrio afectivo y afrontar el estrés sin perder el control (APA, 2017).

Empoderamiento femenino: proceso mediante el cual las mujeres adquieren poder para tomar decisiones y transformar sus vidas (ONU Mujeres, 2020).

Emprendimiento femenino: actividades emprendedoras desarrolladas y lideradas por mujeres, que contribuyen a su autonomía (CEPAL, 2020).

Equidad de género: trato justo entre mujeres y hombres según sus respectivas necesidades (UNESCO, 2003).

GRUN: Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional.

Inclusión social: proceso que garantiza el acceso igualitario de todos los grupos sociales a oportunidades y derechos (CEPAL, 2016).

Indicadores de calidad de vida: variables que permiten evaluar el bienestar general de una población (INEGI, 2020).

Innovación: creación o modificación de un producto y su introducción en un mercado. (RAE, 2014)

Liderazgo femenino: capacidad de las mujeres para dirigir e influir en procesos sociales, políticos o económicos (ONU Mujeres, 2021).

Mujeres emprendedoras: mujeres que crean y gestionan sus propios negocios o iniciativas productivas (BID, 2019).

Microemprendimientos: pequeñas unidades productivas que surgen con escasos recursos y suelen operar en la economía informal (CEPAL, 2017).

MIPYMES: Según la Ley 645, las MIPYME son todas aquellas micro, pequeñas y medianas empresas, que operan como persona natural o jurídica, en los diversos sectores de la economía, siendo en general empresas manufactureras, industriales, agroindustriales, agrícolas, pecuarias, comerciales, de exportación, turísticas, artesanales y de servicios, entre otras. Se clasifican dependiendo del número total de trabajadores permanentes, activos totales y ventas totales anuales. (Asamblea Nacional de Nicaragua, 2008)

Redes de apoyo: conjunto de relaciones personales o institucionales que brindan ayuda emocional, económica o social (Lin, 2001).

Redes sociales comunitarias: relaciones sociales que fortalecen el capital social de una comunidad y permiten su organización (Putnam, 2000).

Rol de género: conjunto de comportamientos y funciones que una sociedad asigna a las personas según su sexo (Butler, 1990).

Satisfacción personal: grado en el que una persona se siente conforme con su vida y logros (Diener et al., 1985).

Seguridad económica: condición en la que se tiene estabilidad financiera para cubrir las necesidades básicas y enfrentar imprevistos (PNUD, 2020).

II. HIPÓTESIS

La creatividad y la innovación son elementos fundamentales para las mujeres que desarrollan emprendimientos dentro de la economía creativa mejorando de esta manera su calidad de vida.

Variable Independiente: la creatividad y la innovación de las mujeres.

Variable interviniente: emprendimientos dentro de la economía creativa.

Variable Dependiente: mejora de la calidad de vida.

III. OPERCIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variables	Definiciones	Dimensiones	Sub-dimensiones	Indicadores	Índice
Variable Independiente: creatividad e innovación de las mujeres.	Elementos fundamentales que utilizan en este caso las mujeres para introducir un producto o servicio al mercado, surgiendo como respuesta a una necesidad o problema.	Social	Datos demográficos	Edad	<ul style="list-style-type: none"> - 20 años 21- 25 años 26 - 30 años 31 - 35 años + 35 años
				Sexo	<ul style="list-style-type: none"> Masculino Femenino
				Zona de residencia	<ul style="list-style-type: none"> Urbana Rural
			Educación	Formación educativa	<ul style="list-style-type: none"> Cursos virtuales Carreras técnicas Talleres Capacitaciones Ninguna

				Implementación de la innovación	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No
				Capacitaciones recibidas	<ul style="list-style-type: none"> • Ninguna • 1-2 • 3-4 • +5
Variable. interviniente: emprendimientos dentro de la economía creativa.	Los emprendimientos dentro de la economía creativa son iniciativas que combinan la capacidad creativa y la originalidad para generar ingresos económicos, social y cultural, estos emprendimientos no solo buscan generar ingresos, sino también promover la identidad cultural, el talento local y	Económico	Financiamiento	Tipo de emprendimiento dentro de la economía creativa	<ul style="list-style-type: none"> • Arte • Entretenimiento • Gastronomía • Arquitectura • Diseño y moda • Otro:
				Fuentes de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Ahorros • Programas de financiamientos gubernamentales • Financiamiento bancario
				Ha mejorado su emprendimiento en los últimos meses	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No • Más o menos

	nuevas formas de expresión			Inversión del emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> • - 3000 • 4000 – 6000 • 7000 – 9000 • +10,000
				Ganancias obtenidas mensual	<ul style="list-style-type: none"> • - 3000 • 4000 – 6000 • 7000 – 9000 • +10,000
				Ha invertido las ganancias en otros emprendimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No
				Formas de comercializar su emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Plataformas digitales • Servicio directo • A través de terceros • Ferias

				Instituciones que le apoyan	<ul style="list-style-type: none"> • Alcaldía municipal • Ministerio de la Mujer • INATEC • Ministerio para la promoción de emprendimientos
Variable Dependiente: mejora de la calidad de vida.	Son los procesos/condiciones que contribuyen al bienestar integral de las personas, considerando ciertos aspectos como salud física y mental acceso a los servicios básicos, etc... Mide el grado en que una persona	Social	Familiar	Tipo de familia	Nuclear Monoparental Extensa Disfuncional
				Número de integrantes	2-3 4-5 6 a +
			Educación	Nivel académico	Primaria Secundaria Técnico Universidad

	puede disfrutar una vida digna y Satisfactoria			Tiene acceso a educación de calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No
			Salud	Invierte en el estado de salud de su familia	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No • Esporadicamente
		Económico	Empleo	Mejoría de la calidad de vida desde la economía creativa	<ul style="list-style-type: none"> • Sí • No • Quizás
				Tiene cuenta de ahorro	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No
				Ha dado empleo a otras personas	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No
			Ingresos	Ingresos mensuales	-2,000 3,000 – 5,500 6,000 – 8,000 + 8,500
				Egresos mensuales	-1,000 1,500 – 2,500 3,000 - 4,000 + 5,000

IV. DISEÑO METODOLÓGICO

Tipo de estudio:

- a) **Según el enfoque de la investigación**, este estudio está ubicado dentro del paradigma mixto, ya que nos permite una mayor comprensión de la temática estudiada.

Cuantitativo porque se utilizaron instrumentos cuantificables, como la encuesta, permitiendo evaluar los resultados numéricos del estudio. Así como las capacitaciones, el financiamiento, la inversión y las ganancias de las mujeres emprendedoras desde que cuentan con emprendimientos dentro de la economía creativa, lo que permitirá obtener resultados más acertados acorde a nuestros objetivos.

Cualitativo: se apoyó de la variable cualitativa para abordar la mejora de la calidad de vida, la innovación, la creatividad y la motivación de las mujeres que cuentan con emprendimientos dentro de la economía creativa.

- b) **Según el análisis y alcance de los resultados** este estudio se clasifica como descriptivo, ya que tiene como finalidad principal identificar y caracterizar cómo la economía creativa se manifiesta en los emprendimientos liderados por mujeres en una comunidad de León, así como describir los aspectos que componen su calidad de vida, para brindar una visión detallada y sistemática de la realidad que viven estas mujeres en el contexto actual.

A través de la recolección y sistematización de datos, se buscó describir las condiciones socioeconómicas, culturales y personales de las mujeres emprendedoras, así como los tipos de emprendimientos que desarrollan dentro del marco de la economía creativa. Este enfoque permite generar un panorama claro y ordenado sobre el fenómeno de estudio, facilitando la comprensión de las dinámicas que lo rodean. El carácter descriptivo del estudio también responde a la necesidad de documentar y visibilizar experiencias concretas de mujeres emprendedoras, aportando información relevante que puede servir de base para futuras investigaciones o intervenciones sociales más profundas.

c) **Según el tiempo de ocurrencia de los hechos**, este estudio es prospectivo puesto que va de la causa al efecto. Cómo la economía creativa ha mejorado la calidad de vida de las mujeres emprendedoras.

d) **Según el período o secuencia del estudio**, es de corte transversal, porque se estudiaron las variables de la mejora de calidad de vida de las mujeres con emprendimientos dentro de la economía creativa durante el año 2025.

Área estratégica: Población, educación, inclusión social e interculturalidad.

Línea de investigación: Formación Integral. Abordando el desarrollo y capacitación a emprendimientos dentro de la economía creativa y la mejora en la calidad de vida.

Este estudio responde al lineamiento 5 y al 8 del Plan Nacional de Lucha contra la pobreza y el eje tres de la estrategia Nacional de Educación “Bendiciones y Victorias”

Universo: Está conformado por 67 mujeres que cuentan con emprendimientos dentro de la economía creativa en la ciudad de León y 6 funcionarias de la comisión de economía creativa.

Muestra: La muestra es de 21 mujeres que cuentan con emprendimientos dentro de la economía creativa y asisten a las ferias realizadas por la Comisión de Economía Creativa en la ciudad de León y dos funcionarias de la comisión de Economía Creativa del departamento de León.

Descripción de las Unidades de Análisis: En el presente estudio, las unidades de análisis están conformadas por mujeres emprendedoras que desarrollan actividades dentro del sector de economía creativa, se describieron cualitativas y cuantitativamente en función de sus características sociodemográficas y profesionales obteniendo ciertos niveles de inclusión y exclusión.

Criterios inclusión

- Ser mujer.
- Ser mayor de edad.

- Ser emprendedora activa en el sector de economía creativa.
- Estar vinculada directamente en las gestiones y actividades de la Comisión de economía creativa.
- Habitar en el departamento de León.
- Participación voluntaria en la recopilación de datos.

Criterios de exclusión

- Ser hombre.
- Mujeres que solo están en proceso de ideación de un emprendimiento, es decir, que aún no lo han implementado.
- No cumplir con el rango de edad establecido.
- No tener disponibilidad para la aplicación de los instrumentos.

Consideraciones Éticas: la investigación cumple con los principios éticos de investigación, garantizando el respeto y la confidencialidad de los participantes. Se utilizó un consentimiento informado, en el cual se autorizó expresamente el uso de los datos con fines académicos. Asimismo, se acoge a lo establecido en la Ley N.º 787, "Ley de Protección de Datos Personales" de Nicaragua, la cual vela por la privacidad y el manejo adecuado de la información personal de los ciudadanos.

Método de Obtención de Información: La presente investigación adopta un enfoque mixto, integrando métodos cuantitativos y cualitativos con el objetivo de comprender y analizar, desde distintas perspectivas, cómo la economía creativa ha influido en la calidad de vida de las mujeres emprendedoras en una comunidad de León durante el año 2025. Esta combinación metodológica permitió obtener tanto datos medibles y objetivos como percepciones y experiencias subjetivas, fortaleciendo la validez, profundidad y comprensión del fenómeno estudiado.

De acuerdo con el Enfoque Cuantitativo, se aplicó una encuesta a una muestra representativa de mujeres emprendedoras que desarrollan actividades dentro de la economía creativa. Esta herramienta permitió recolectar datos estadísticos sobre sus características sociodemográficas, situación económica, condiciones familiares, nivel

educativo y percepción de su calidad de vida antes y después de iniciar el emprendimiento.

Las variables e indicadores evaluados incluyen: edad, nivel educativo, ganancias mensuales y egresos mensuales. Los datos fueron organizados en gráficos y procesados mediante porcentajes con el apoyo de herramientas digitales.

Según el Enfoque Cualitativo, se utilizó la entrevista semiestructurada aplicada a una mujer emprendedora previamente seleccionada por la jefa de economía creativa de León, para profundizar en sus experiencias personales, motivaciones, desafíos y percepciones sobre cómo el emprendimiento ha transformado su calidad de vida y la de su entorno familiar. De igual manera, se aplicaron entrevistas a miembros de la comisión de economía creativa de la ciudad de León.

Plan de Tabulación, Procesamiento y Análisis: se estructuró considerando el enfoque mixto de la investigación sobre la economía creativa y calidad de vida de mujeres emprendedoras. Se estructuraron y categorizaron los datos cualitativos y cuantitativos recolectados a partir de entrevistas y encuestas, con el objetivo de sistematizar y presentar los resultados de manera clara y comprensible. En esta etapa se implementaron los siguientes pasos:

- Organización de la información: se clasificaron los datos en categorías temáticas relacionadas con las dimensiones de la economía creativa (tipos de emprendimientos, rubros, características) y la calidad de vida (indicadores económicos, sociales, culturales).
- Digitación y procesamiento: los datos se ingresaron a herramientas digitales, asegurando la integridad y precisión. Se realizaron análisis (frecuencias, porcentajes) para identificar relaciones entre variables.
- Presentación de datos: Los resultados se expusieron mediante gráficos que permitan visualizar la evolución y el impacto de los emprendimientos dentro de la economía creativa sobre la calidad de vida.
- Análisis de resultados: Se interpretaron los hallazgos considerando el marco teórico, destacando las transformaciones en la vida de las mujeres emprendedoras derivadas de la participación en la economía creativa.

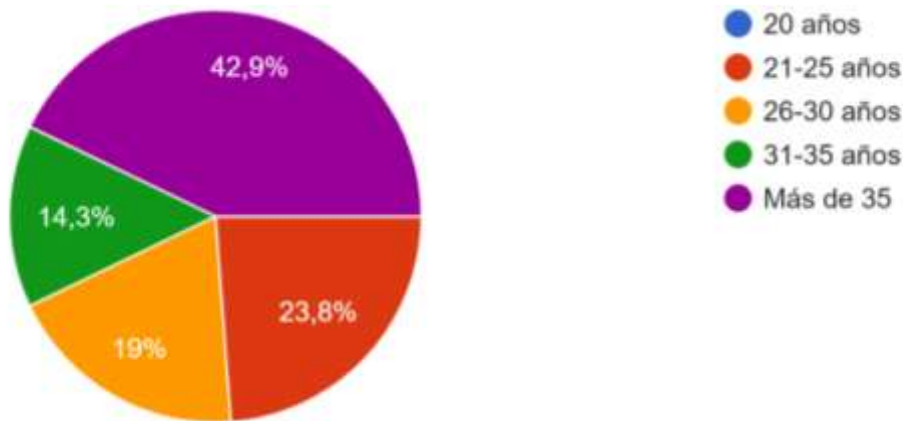
Triangulación			
Acápite	Encuesta	Entrevista a emprendedora	Entrevista a la comisión de EC
Economía creativa y calidad de vida de mujeres emprendedoras en una comunidad de León durante el año 2025.	Obj. específico 1: P8: ¿Qué tipo de emprendimiento dentro de la economía creativa posee?	Obj. específico 1: P2: ¿Con qué tipo de emprendimiento dentro de la economía creativa cuenta?	Obj. específico 1: P2: ¿Cuáles son los principales tipos de emprendimientos creativos que desarrollan actualmente las mujeres en esta comunidad?
	Obj. específico 2: P20: ¿Su calidad de vida ha mejorado desde que es emprendedora creativa?	Obj. específico 2: P4: ¿Qué cambios ha percibido en su calidad de vida desde que comenzó a emprender?	Obj. específico 2: P4: ¿Qué diferencias ha notado en las condiciones económicas o familiares de las mujeres antes y después de iniciar su emprendimiento creativo?
		Obj. específico 3: P5: ¿De qué forma su emprendimiento creativo ha contribuido al bienestar de su familia?	Obj. específico 3: P6: ¿Qué factores considera clave para que la economía creativa impulse el

		P8: ¿Qué sugerencias haría para mejorar las condiciones de otras mujeres emprendedoras en su comunidad?	bienestar de las emprendedoras?
--	--	--	---------------------------------

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Datos generales:

1) Edad

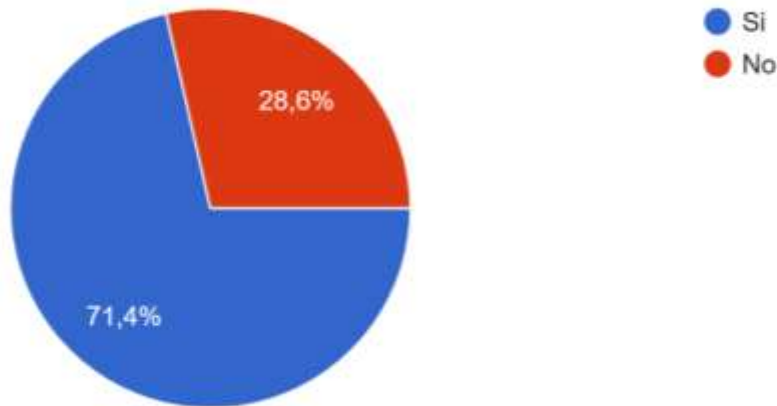


Según las encuestas realizadas a la muestra, los resultados revelan que la mayor proporción de emprendedoras (42.9%) se encuentra en el rango de más de 35 años, lo que indica que la mayoría son mujeres adultas con mayor experiencia de vida y, probablemente, con responsabilidades familiares consolidadas. Este dato sugiere que muchas deciden emprender en esta etapa como una alternativa de estabilidad económica y autonomía, después de haber adquirido aprendizajes en el ámbito laboral o personal.

El 23.8% corresponde al rango de 21 a 25 años, mientras que un 19% se ubica entre 26 y 30 años. Estos grupos representan a mujeres jóvenes que están iniciando sus trayectorias en el mundo emprendedor, muchas de ellas aún en proceso de formación académica o consolidación profesional.

Un 14.3% se encuentra en el rango de 31 a 35 años, lo que puede considerarse una etapa de transición, donde las emprendedoras ya poseen cierta madurez y experiencia, pero aún cuentan con la flexibilidad y motivación para asumir riesgos y crecer en el ámbito empresarial. De igual manera observa que ninguna de las encuestadas tiene 20 años, lo que evidencia que el inicio de los emprendimientos en la economía creativa tiende a darse después de esa edad, cuando las mujeres cuentan con mayor autonomía económica o formación básica que les permite sostener un negocio.

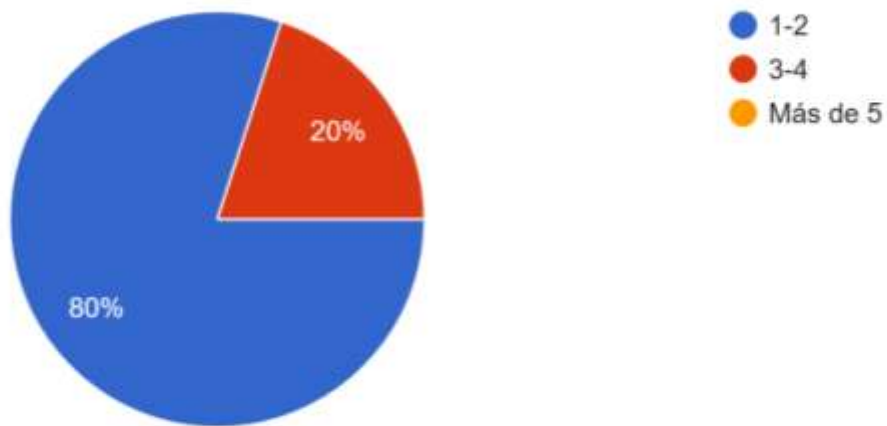
2) ¿Tiene hijos?



Los resultados evidencian que la mayoría de las emprendedoras con 71,4% son madres, mientras que un 28,6% indicó no tener hijos. Mostrando que la mayoría de las mujeres emprendedoras combina el desarrollo de su negocio con la responsabilidad del cuidado familiar, lo cual influye directamente en la forma en que administran su tiempo, sus ingresos y sus prioridades económicas. El emprendimiento se convierte no solo en una vía de independencia financiera y autorrealización personal, sino también en una estrategia de sostenimiento económico para sus familias.

Por su parte, el grupo de emprendedoras sin hijos (28,6%) podría contar con mayor flexibilidad de recursos y tiempo, lo que potencialmente les facilita dedicar más energía a la innovación, a la búsqueda de nuevos mercados o a la profesionalización de su negocio.

3) ¿Cuántos hijos tiene?



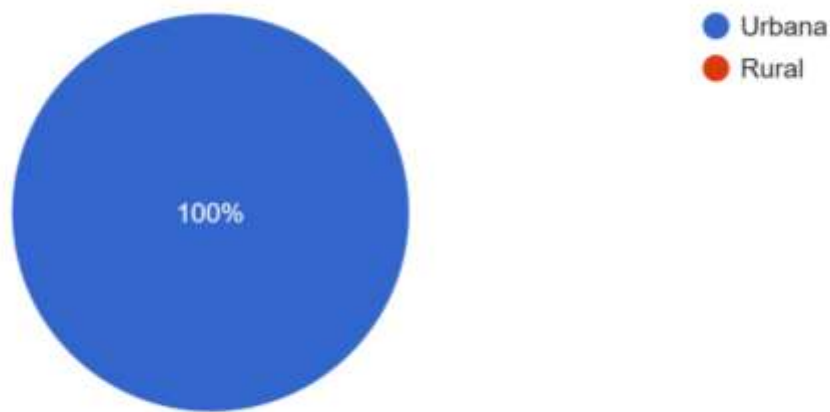
En cuanto al número de hijos, los resultados muestran que el 80% de las emprendedoras tiene entre 1 y 2 hijos, mientras que un 20% señaló tener entre 3 y 4 hijos. Ninguna de las encuestadas indicó tener más de 5 hijos (0%).

La mayoría de las emprendedoras mantiene un núcleo familiar reducido, lo cual puede facilitar en cierta medida la administración de recursos económicos y de tiempo, permitiéndoles un mayor margen de maniobra para invertir en sus negocios o capacitarse. Las mujeres con 1 o 2 hijos probablemente encuentran un balance más viable entre el cuidado familiar y la gestión de su emprendimiento.

Por otro lado, el 20% que tiene entre 3 y 4 hijos enfrenta un escenario con mayores responsabilidades económicas y de cuidado, lo que puede limitar la reinversión de ganancias o la dedicación plena a su emprendimiento. Sin embargo, este grupo también puede encontrar en el emprendimiento una estrategia clave de sostenibilidad, ya que les permite generar ingresos de forma flexible y adaptada a las necesidades de su familia numerosa.

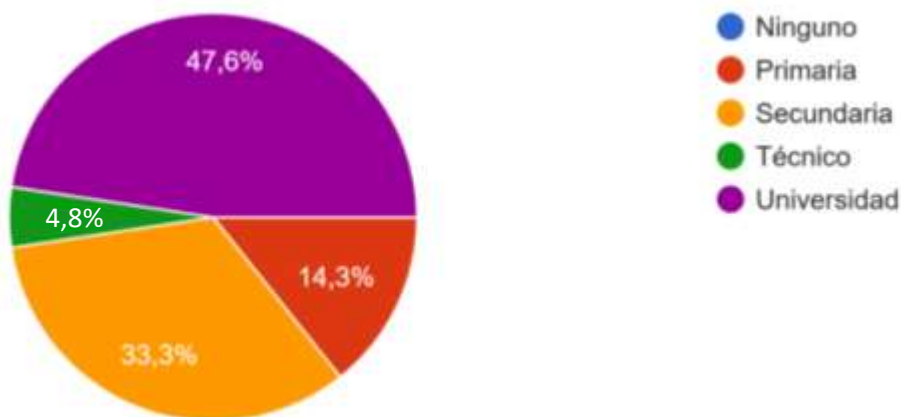
El hecho de que no se registren emprendedoras con más de 5 hijos evidencia un cambio en los patrones familiares, orientados hacia hogares con menor número de descendientes, lo que coincide con la búsqueda de una mejor calidad de vida y acceso a la educación y salud para los hijos.

4) Zona de residencia



Los resultados muestran que la totalidad de las emprendedoras encuestadas (100%) reside en zonas urbanas, mientras que ninguna pertenece al ámbito rural (0%). Esto indica una concentración absoluta de los emprendimientos creativos en contextos urbanos, lo cual puede explicarse por la mayor disponibilidad de infraestructura, mercados, acceso a clientes, programas de capacitación, apoyo institucional y oportunidades de comercialización en las ciudades.

5) Nivel educativo alcanzado



En cuanto al nivel educativo de las emprendedoras encuestadas, los resultados muestran que la mayoría cuenta con formación universitaria (47.6%), lo que evidencia un alto grado de escolaridad en comparación con los promedios nacionales. Reflejando la importancia que la educación superior tiene en el desarrollo de competencias para el emprendimiento, tales como la capacidad de gestión, la planificación estratégica y la incorporación de innovaciones.

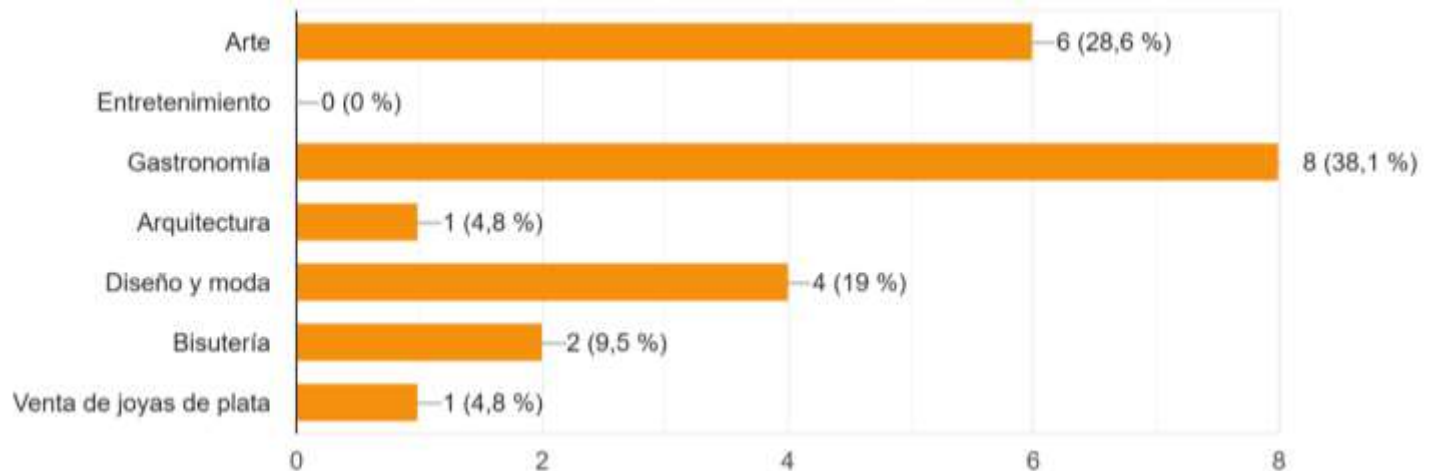
Un 33.3% de las participantes alcanzó el nivel de educación secundaria, lo que representa a un grupo de emprendedoras con una formación intermedia. Este sector, aunque no ha accedido a la educación superior, ha logrado integrarse al ámbito emprendedor, en muchos casos basándose en la experiencia práctica y en capacitaciones complementarias.

Por otra parte, un 14.3% señaló tener como máximo nivel educativo la primaria, lo que revela la presencia de mujeres que, a pesar de las limitaciones educativas, han encontrado en el emprendimiento una vía de desarrollo económico y personal. Asimismo, un 4.8% alcanzó un nivel de formación técnica, lo que indica una preparación más especializada en áreas concretas, aunque representa el grupo minoritario dentro de la muestra.

Cabe destacar que ninguna de las encuestadas manifestó no contar con estudios, lo que demuestra que, en este sector, la educación básica al menos está garantizada.

Objetivo 1: Categorizar los tipos de emprendimientos dentro de la economía creativa que realizan las mujeres en comunidades del municipio de León.

1. ¿Qué tipo de emprendimiento dentro de la economía creativa posee?

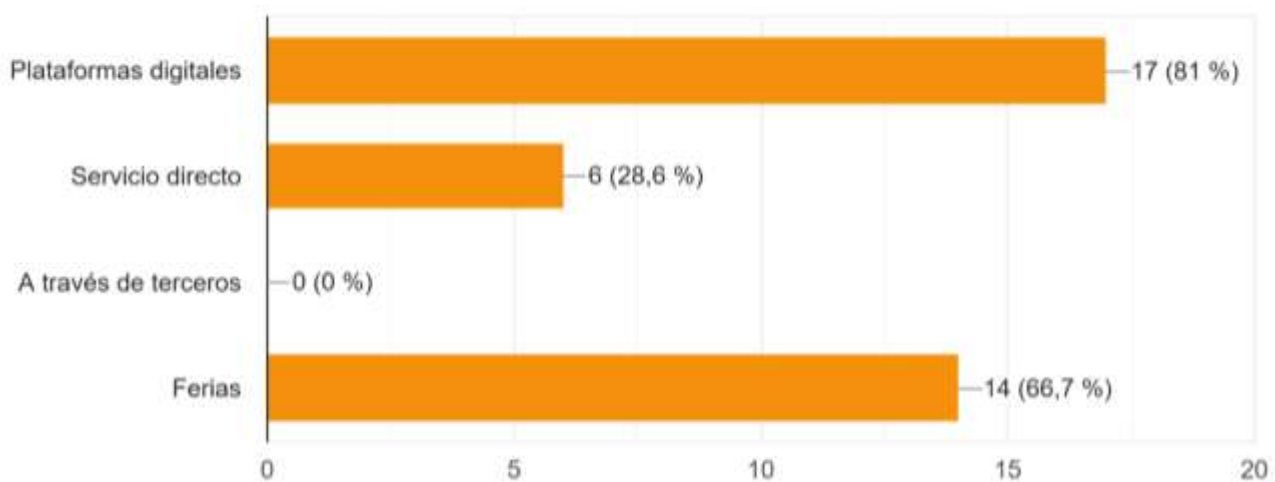


Los datos arrojados según la muestra del estudio que corresponde a 21 mujeres emprendedoras de la economía creativa en la ciudad de León, demuestran que el sector más fuerte y consolidado es gastronomía con un 38.1%, segundo en importancia, reflejando creatividad y expresión cultural está el arte con 28.6%, en tercer lugar como un sector emergente con gran potencial de innovación está el diseño y moda con 19% y por último se representan sectores más pequeños, pero con identidad artesanal y cultural siendo la bisutería con 9.5%, la arquitectura y venta de joyas de plata con 4.8%.

De igual manera, en los resultados de la entrevista realizada a la encargada de la Comisión de economía creativa en León, se reflejan la preferencia de las emprendedoras por actividades que combinan creatividad con tradición cultural como la comida típica, arte, moda, artesanías, bordados y cerámica.

La encargada de Economía Creativa de la Unan-León conecta lo local con lo nacional, mostrando cómo las emprendedoras de León se alinean con los sectores priorizados en la estrategia nacional de economía creativa, que el emprendimiento femenino en León dentro de la economía creativa se encuentra concentrado principalmente en la gastronomía, el arte y la moda, con un fuerte vínculo hacia lo cultural y lo identitario, pero también con una apertura hacia nuevas tendencias como la sostenibilidad, la belleza y el trabajo en cuero.

2. ¿Cómo comercializa su emprendimiento?



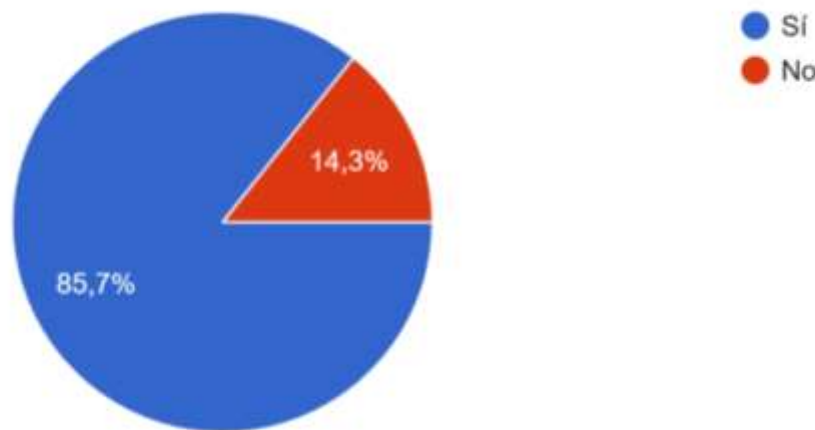
Los resultados obtenidos reflejan que el 81% de las participantes utilizan plataformas digitales como principal medio de comercialización. Este hallazgo pone en evidencia la importancia que han adquirido las tecnologías de la información y la comunicación en el ámbito de los emprendimientos creativos, al constituirse en una herramienta clave para la promoción, visibilización y alcance de un mayor número de clientes.

De igual manera, el 66,7 % de las emprendedoras indicaron participar en ferias, lo que demuestra que, además de la virtualidad, los espacios presenciales continúan siendo relevantes para dar a conocer sus productos, establecer vínculos comunitarios y fortalecer la confianza con los consumidores.

Por otra parte, el 28,6 % manifestó comercializar a través del servicio directo, lo cual refleja una estrategia más personalizada, basada en la cercanía con el cliente y en la construcción de relaciones de confianza.

Cabe destacar que ninguna de las participantes (0 %) señaló comercializar sus productos a través de terceros, lo que sugiere un interés por mantener el control sobre el proceso de venta, así como la necesidad de asegurar mayores márgenes de ganancia sin depender de intermediarios.

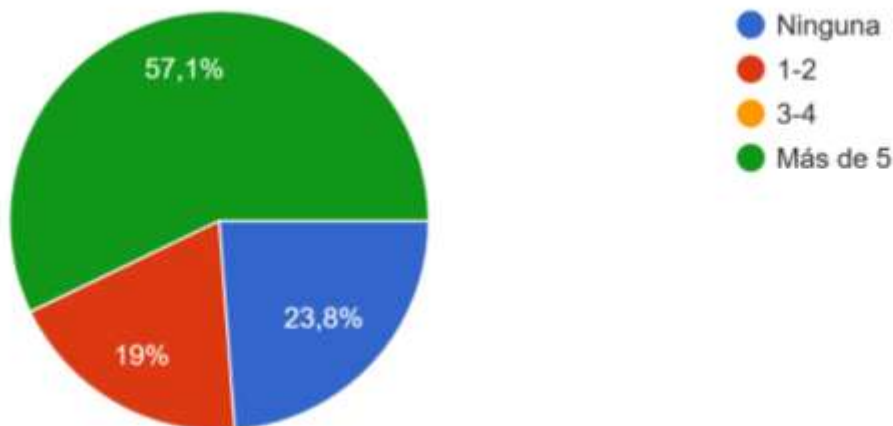
3. ¿Ha incorporado innovación en su emprendimiento?



Según las encuestas realizadas a la muestra, la mayoría de las emprendedoras, equivalente al 85.7%, afirmó haber incorporado algún tipo de innovación en sus negocios, mientras que solo un 14.3% señaló que no lo ha hecho. Evidenciando una clara tendencia hacia la adaptación y la creatividad, elementos fundamentales en el sector de la economía creativa, donde la diferenciación del producto o servicio constituye un factor clave de competitividad.

La información cualitativa obtenida en la entrevista realizada a una emprendedora refuerza este dato, pues ella mencionó que ha integrado la innovación tanto en la producción como en la comercialización de su negocio. En el ámbito comercial, indicó que utiliza redes sociales como Instagram y Facebook para promocionar sus productos mediante imágenes llamativas, lo que le permite ampliar su alcance y visibilidad en el mercado. Asimismo, señaló su participación en ferias de economía creativa, que funcionan como un espacio de innovación en los canales de venta, al facilitar el contacto directo con clientes y el fortalecimiento del posicionamiento de su marca.

4. Número de capacitaciones recibidas

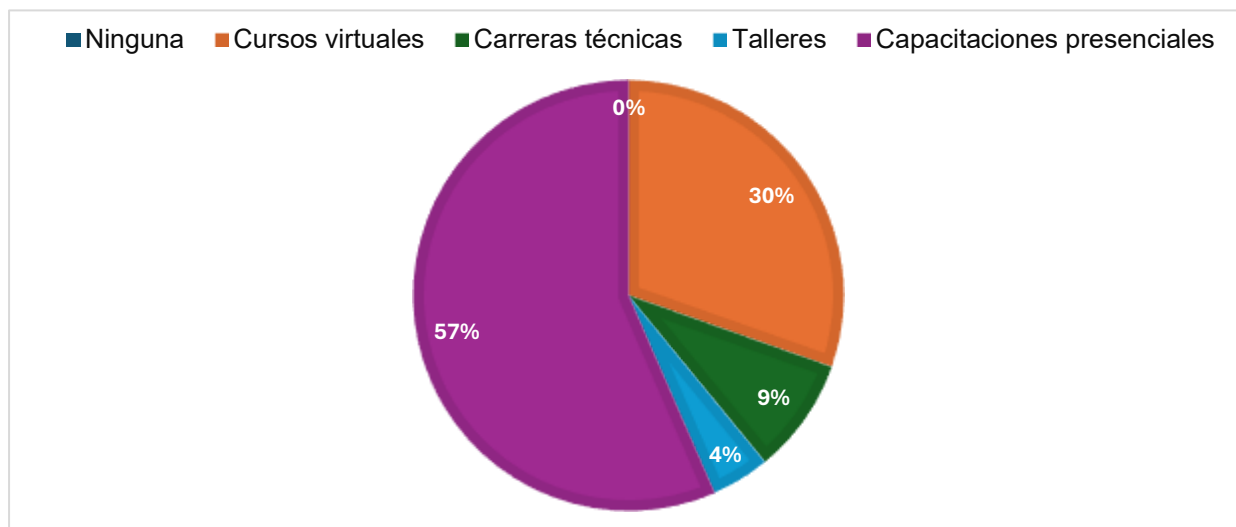


En relación con el número de capacitaciones recibidas, los resultados muestran que la mayoría de las emprendedoras, equivalente al 57.1%, afirmó haber participado en más de cinco capacitaciones. Este dato es significativo porque refleja una alta disposición de las emprendedoras hacia la formación y actualización constante, lo que fortalece sus competencias en áreas clave como administración, marketing, ventas, innovación y uso de herramientas digitales. La capacitación continua constituye un factor decisivo para la sostenibilidad y competitividad de los emprendimientos dentro de la economía creativa.

Por otro lado, un 19% señaló haber recibido entre una y dos capacitaciones, lo cual indica un nivel de formación inicial que podría servir de base, pero que todavía resulta limitado para enfrentar los retos del mercado. Llama la atención que un 0% de las encuestadas reportó haber recibido entre tres y cuatro capacitaciones, lo que evidencia una brecha en este rango intermedio de formación.

Asimismo, un 23.8% manifestó no haber recibido ninguna capacitación, lo que refleja la existencia de un sector de emprendedoras que desarrolla sus negocios basándose únicamente en la experiencia empírica, probablemente por factor tiempo. Este grupo podría estar en situación de desventaja competitiva, dado que carece de formación técnica que les permita profesionalizar su emprendimiento, acceder a nuevos mercados o aplicar innovaciones de manera estratégica.

5. Formación recibida (referente a emprender en el campo de economía creativa)



En relación con la formación recibida para emprender en el campo de la economía creativa, los resultados de la encuesta muestran que la totalidad de las mujeres participantes ha accedido a algún tipo de capacitación o proceso formativo. El 57% señaló haber recibido capacitaciones presenciales, mientras que un 30% ha participado en cursos virtuales. En menor proporción, un 9% cuenta con formación a nivel de carreras técnicas y un 4% ha asistido a talleres de corta duración. Resulta significativo que ninguna de las emprendedoras reportara ausencia de capacitación, lo cual refleja que la formación constituye un factor transversal en el fortalecimiento de los emprendimientos creativos.

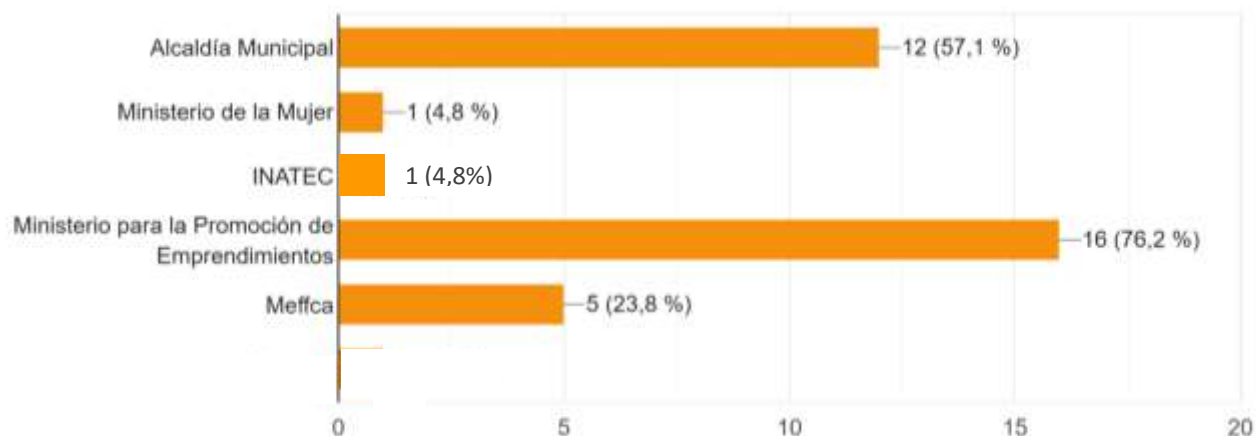
Estos hallazgos se complementan con lo expresado por la encargada de la Comisión de Economía Creativa de la ciudad de León, quien destacó la existencia de capacitaciones técnicas y formativas en áreas clave como diseño, marketing digital, fotografía, gestión empresarial, finanzas para emprendedoras y desarrollo de marca. Además, señaló que las emprendedoras no solo acceden a procesos de formación, sino también a programas de financiamiento y microcréditos (Adelante y Usura Cero), así como a mentorías y redes de apoyo que fortalecen sus habilidades de gestión. De igual forma, resaltó la importancia de las ferias y plataformas de visibilización, que permiten exhibir y comercializar productos, favoreciendo el acceso a nuevos mercados.

Desde la perspectiva académica, la encargada de la Economía Creativa de la UNAN-León subrayó que las capacitaciones no se desarrollan de manera aislada, sino que

forman parte de un plan nacional anual en el que confluyen instituciones como el INATEC, universidades, el Ministerio de Educación (MINED) y el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR). En este marco, la UNAN-León contribuye a través de su Departamento de Innovación y Extensión Universitaria, apoyando especialmente a pequeñas y medianas empresas mediante procesos de formación especializados en función del perfil de los emprendimientos, incluyendo áreas como economía y ciencias químicas en el caso de proyectos agroindustriales. Asimismo, la entrevistada resaltó la reciente inauguración de la Universidad para los Emprendimientos Sandino en Managua, concebida como un espacio de formación global que permitirá fortalecer la economía creativa como motor social, cultural y económico del país.

Finalmente, el testimonio de una de las emprendedoras entrevistadas permite evidenciar el impacto directo de estos procesos de formación y apoyo institucional. La participante relató que, a través de un programa de la Comisión Nacional de Economía Creativa, recibió capacitaciones en marketing, fotografía de producto y atención al cliente, además de un capital semilla que destinó a la compra de herramientas especializadas. Como resultado, sus piezas alcanzaron un mayor nivel de acabado y profesionalización, lo que le permitió vender a precios más justos, valorando no solo el material utilizado sino también el diseño.

6. ¿Qué instituciones le han apoyado?



Los datos reflejan que el Ministerio para la Promoción de Emprendimientos fue la institución con mayor incidencia, con un 76.2% de emprendedoras apoyadas. Le sigue la Alcaldía Municipal con un 57.1%, lo que demuestra el rol activo de los gobiernos locales en el fomento del emprendimiento. En menor medida, se reporta apoyo por parte de MEFCCA (23.8%), mientras que tanto el Ministerio de la Mujer como el INATEC solo representaron un 4.8% cada uno.

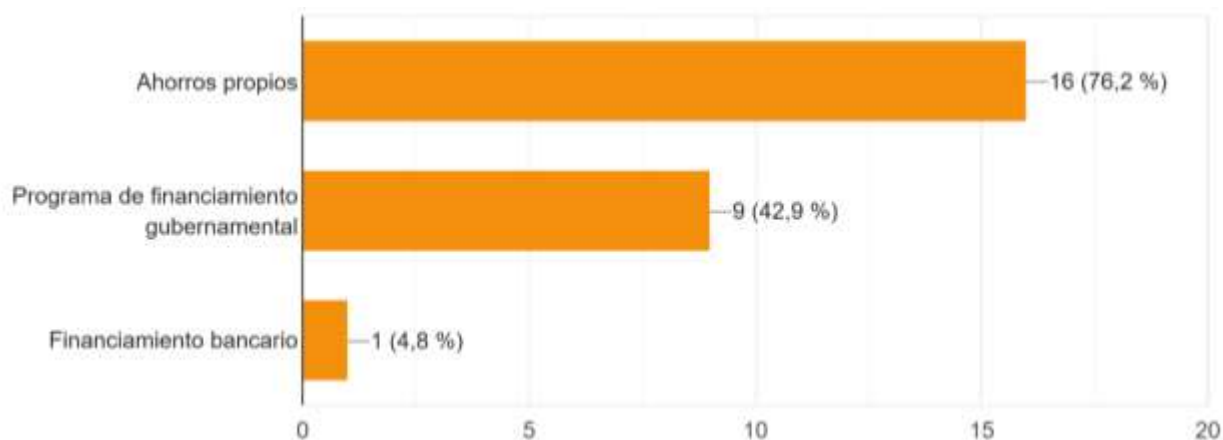
Estos resultados evidencian que, aunque existen múltiples instituciones relacionadas con la promoción de emprendimientos y el fortalecimiento de la economía creativa, el apoyo recibido se concentra principalmente en dos actores: la Comisión Nacional/Ministerio de Economía Creativa y las Alcaldías.

Por su parte, en la entrevista realizada a una emprendedora, se confirma esta tendencia. Ella indicó que recibió apoyo institucional a través de la Comisión Nacional de Economía Creativa, donde participó en capacitaciones en áreas estratégicas. Además, accedió a un capital semilla, el cual le permitió adquirir herramientas más especializadas. Según su testimonio, esto tuvo un impacto directo en la calidad y el valor de sus piezas, ya que logró un acabado más profesional y la posibilidad de vender a un precio justo, considerando tanto el costo del material como el valor agregado del diseño.

Estos datos reflejan que el apoyo institucional no solo se limita a capacitaciones, sino que también incluye incentivos económicos que potencian la profesionalización de los emprendimientos creativos. Asimismo, el impacto percibido por las emprendedoras muestra que estas iniciativas repercuten positivamente en la sostenibilidad y competitividad de sus negocios, favoreciendo la creación de productos con mayor calidad y reconocimiento en el mercado.

En la entrevista realizada a la encargada de economía creativa de la Unan-León, nos mencionaba su rol como institución, aportar en las capacitaciones de las pequeñas y medianas empresas a través del departamento de innovación, en colaboración con áreas específicas dependiendo del tipo de emprendimiento.

7. ¿Cuál fue la fuente de financiamiento de su emprendimiento?



Los resultados obtenidos reflejan que la principal fuente de financiamiento para los emprendimientos creativos son los ahorros propios, señalados por el 76.2% de las emprendedoras encuestadas. La mayoría de mujeres inicia sus proyectos con recursos personales, lo cual resalta tanto la determinación y compromiso individual como la limitada disponibilidad de fuentes externas de financiamiento accesibles.

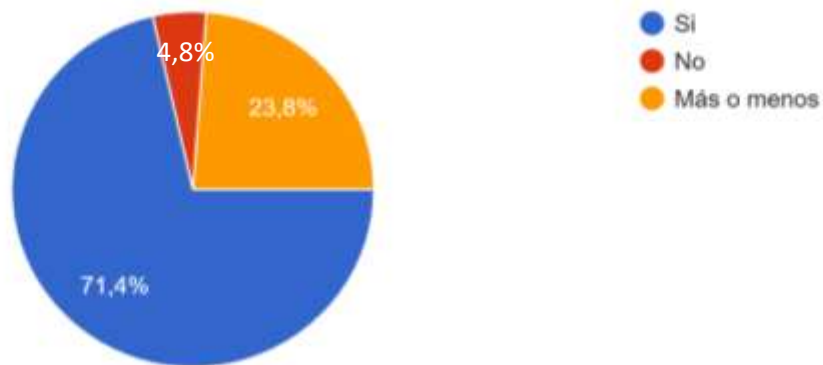
En segundo lugar, un 42.9% indicó haber accedido a programas de financiamiento gubernamental, lo que pone de manifiesto la relevancia de las políticas públicas y programas de apoyo estatal en el impulso de los emprendimientos femeninos.

Por su parte, únicamente un 4.8% reportó haber recibido financiamiento bancario, lo que confirma la escasa vinculación de este sector con la banca tradicional.

Estos datos se complementan con la entrevista realizada a la encargada de la Comisión de Economía Creativa, quien destacó la existencia de programas de financiamiento y microcréditos, tales como Adelante y Usura Cero, orientados a emprendedoras del sector creativo. Dichos programas ofrecen fondos concursales, microcréditos o subvenciones destinados a la adquisición de materiales, herramientas o la ampliación de los negocios. La presencia de estas iniciativas refuerza la importancia del apoyo gubernamental como alternativa para suplir la falta de acceso a financiamiento bancario.

Objetivo 2: Comparar las condiciones de vida de las mujeres emprendedoras antes y después de iniciar su emprendimiento.

1. ¿Su emprendimiento ha mejorado en los últimos meses?



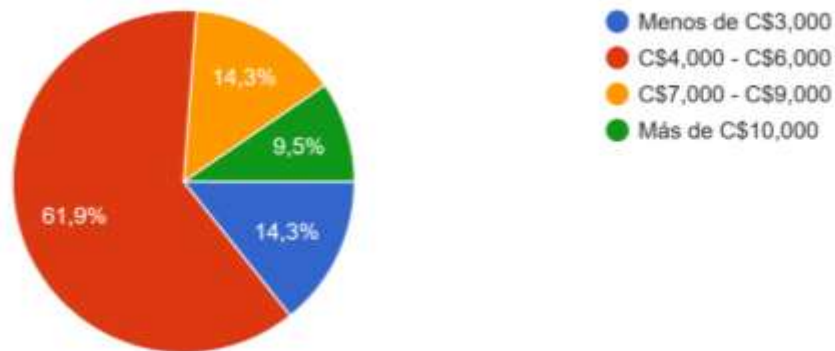
Los resultados muestran que el 71.4% de las mujeres encuestadas respondió afirmativamente, un 23.8% manifestó que ha mejorado solo en parte o “más o menos”, mientras que únicamente un 4.8% consideró que no ha tenido mejoras.

Estos datos evidencian que, en términos generales, la mayoría de los emprendimientos se encuentran en una etapa de crecimiento y fortalecimiento, lo cual refleja la capacidad de las mujeres para adaptarse a las condiciones del mercado y consolidar sus proyectos.

Las encuestadas que respondieron “más o menos” revelan que, aunque han experimentado avances, persisten limitaciones estructurales o coyunturales, tales como la variación en la demanda, el acceso restringido a recursos financieros, o las dificultades para equilibrar el negocio con las responsabilidades familiares.

El porcentaje minoritario que afirmó no haber tenido mejoras (4.8%) representa casos aislados en los que probablemente influyen factores externos (como la competencia, la inestabilidad económica o probablemente la carencia de educación financiera), lo cual limita el crecimiento del emprendimiento.

2. Inversión inicial en su emprendimiento



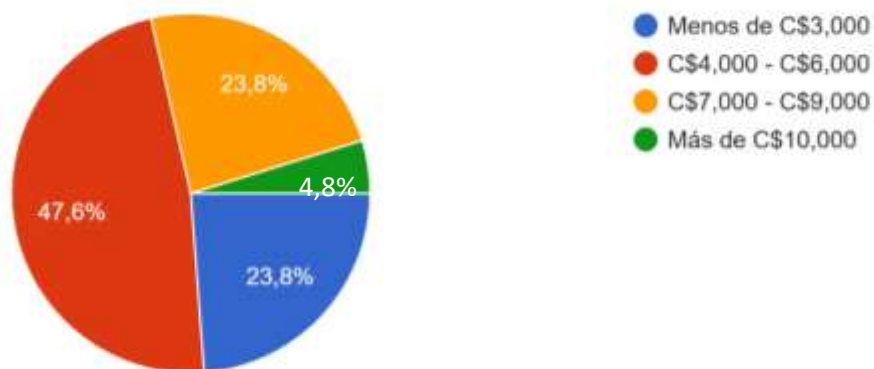
Los resultados muestran que la mayoría de las mujeres con un 61.9% invirtió entre C\$4,000 y C\$6,000 al inicio de su negocio. Un 14.3% inició con menos de C\$3,000, otro 14.3% con un rango de C\$7,000 a C\$9,000, mientras que solo un 9.5% realizó una inversión superior a C\$10,000.

Estos datos reflejan que, en general, los emprendimientos en la comunidad estudiada se originan con capitales reducidos, lo cual concuerda con la naturaleza de la economía creativa, caracterizada por la utilización de recursos propios, familiares o comunitarios, más que por financiamientos bancarios o grandes inversiones externas.

El predominio de inversiones de bajo rango (C\$4,000 – C\$6,000) pone de manifiesto la capacidad de las mujeres para iniciar sus negocios con recursos limitados, apostando más a la creatividad, innovación y aprovechamiento de habilidades que al capital económico.

Asimismo, el pequeño porcentaje que invirtió más de C\$10,000 representa casos aislados, probablemente vinculados a mujeres con mayor acceso a financiamiento o redes de apoyo económico.

3. Ganancias mensuales promedio



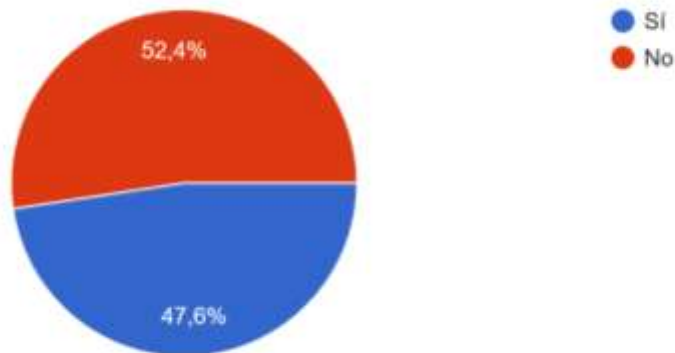
Según los resultados, la mayoría de las emprendedoras (47.6%) obtiene ingresos en un rango de C\$7,000 a C\$9,000, lo cual indica que sus negocios han alcanzado un nivel de estabilidad económica que les permite generar ingresos por encima del salario mínimo nacional.

Un 23.8% reportó ganancias de entre C\$4,000 y C\$6,000, mientras que un porcentaje igual (23.8%) obtiene menos de C\$3,000 mensuales, evidenciando que existe un grupo de mujeres con emprendimientos en fases iniciales o con menor crecimiento económico. Finalmente, solo un 4.8% manifestó tener ingresos superiores a C\$10,000 mensuales, lo que representa casos excepcionales de mayor rentabilidad y consolidación empresarial.

Estos datos permiten identificar que, aunque la economía creativa abre oportunidades de autonomía económica, no todas las mujeres alcanzan beneficios similares.

El hecho de que casi la mitad de las participantes genere entre C\$7,000 y C\$9,000 mensuales evidencia el potencial de los emprendimientos para mejorar la calidad de vida, contribuyendo a cubrir necesidades básicas y posibilitar cierta capacidad de ahorro e inversión.

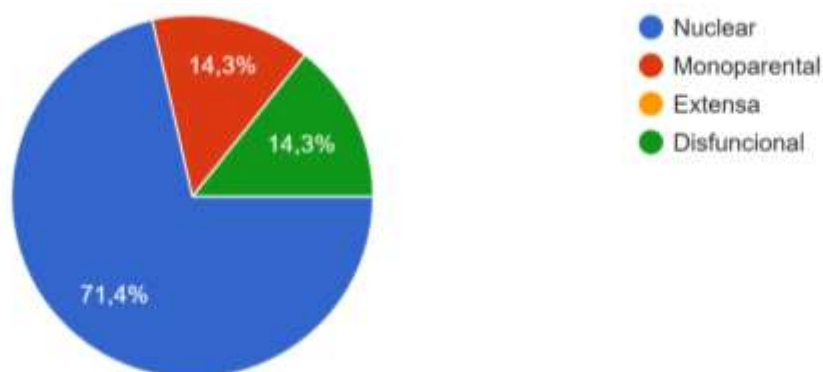
4. ¿Ha reinvertido sus ganancias en otro emprendimiento?



En relación con la reinversión de las ganancias en nuevos proyectos, los resultados muestran que un 52.4% indicó que no ha reinvertido sus utilidades en otro emprendimiento, esto pone de manifiesto que muchas emprendedoras prefieren destinar sus ganancias a cubrir necesidades del hogar o fortalecer el mismo negocio inicial, antes que diversificar. Este comportamiento puede estar asociado a la falta de capital excedente, a la percepción de riesgo que conlleva iniciar un nuevo emprendimiento o a la necesidad de priorizar la seguridad económica familiar por encima de la expansión empresarial.

Mientras que un 47.6% de las emprendedoras si lo ha hecho, esto refleja a aquellas mujeres que, además de sostener su negocio principal, buscan diversificar sus ingresos y ampliar sus oportunidades económicas. Esta práctica evidencia una visión estratégica del emprendimiento, donde la reinversión se convierte en una herramienta para aumentar la estabilidad financiera, reducir riesgos y explorar nuevos nichos de mercado dentro o fuera de la economía creativa.

5. Tipo de familia



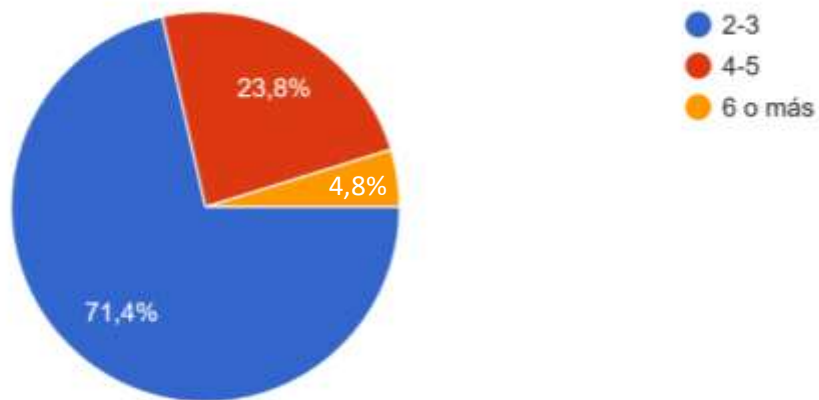
En cuanto a la composición familiar de las emprendedoras encuestadas, los datos muestran que la mayoría proviene de familias nucleares (71.4%), lo cual indica que predominan hogares conformados por padre, madre e hijos. Esto sugiere que el entorno familiar de mayor estabilidad estructural es también el más frecuente entre las mujeres que deciden emprender en el marco de la economía creativa.

Por otro lado, se identificó que un 14.3% de las participantes proviene de familias monoparentales, lo que refleja la presencia de mujeres que asumen tanto el rol económico como el de cuidado del hogar. Esta situación puede implicar mayores retos en términos de tiempo y recursos, pero también evidencia la resiliencia y la búsqueda de independencia financiera a través del emprendimiento.

De manera similar, un 14.3% de las encuestadas reportó pertenecer a familias disfuncionales, lo que denota que algunas emprendedoras enfrentan entornos familiares con dinámicas complejas que podrían afectar su desarrollo personal y profesional. Sin embargo, este resultado también puede interpretarse como un factor motivador para el emprendimiento, en tanto que la actividad económica representa una vía para generar autonomía y mejorar la calidad de vida.

Finalmente, no se reportó presencia de familias extensas (0%), lo que indica que en esta muestra no predominan hogares donde conviven varias generaciones. Esto puede relacionarse con una tendencia a la independencia familiar y a la búsqueda de estructuras más pequeñas, en las que las mujeres emprendedoras asumen un rol central en la economía del hogar.

6. Número de integrantes del hogar

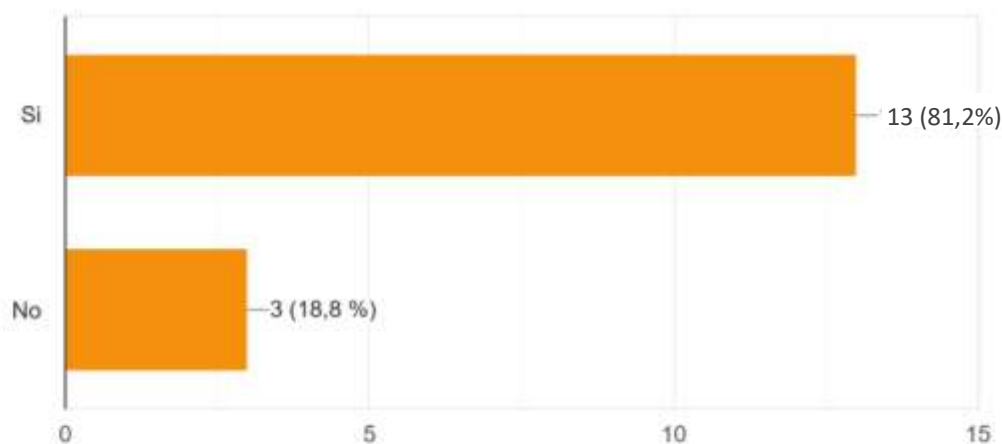


En relación con el número de integrantes del hogar, los resultados reflejan que la mayoría de las emprendedoras encuestadas proviene de hogares pequeños. El 71.4% indicó vivir en familias conformadas por 2 a 3 integrantes, lo que sugiere una tendencia hacia estructuras familiares reducidas. Este dato es relevante porque hogares de menor tamaño suelen implicar una carga económica más manejable y, en algunos casos, una mayor capacidad de organización de los recursos disponibles.

Por otra parte, un 23.8% de las participantes señaló vivir en hogares de 4 a 5 integrantes, lo que representa familias medianas en las que las responsabilidades económicas y de cuidado pueden estar más distribuidas. En este tipo de estructuras, el emprendimiento puede desempeñar un rol estratégico para complementar los ingresos familiares y cubrir necesidades básicas.

Finalmente, solo un 4.8% reportó vivir en hogares con más de 5 integrantes, lo cual indica que en la muestra son poco frecuentes las familias numerosas. En estos casos, el emprendimiento puede ser una herramienta fundamental para sostener un mayor número de dependientes, lo que también implica un reto significativo en términos de presión económica y gestión del tiempo.

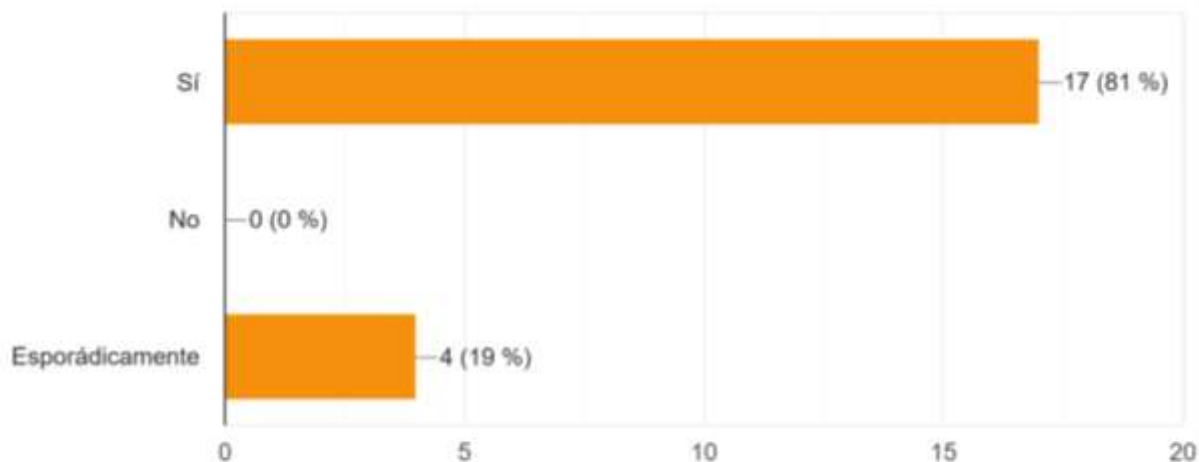
7. ¿Sus hijos cuentan con educación gratuita?



En cuanto al acceso a la educación de los hijos de las emprendedoras, los datos muestran que una amplia mayoría, equivalente al 81.2%, afirmó que sus hijos cuentan con educación gratuita. Este dato resulta significativo, ya que refleja la incidencia de las políticas educativas públicas en Nicaragua, que garantizan el acceso gratuito a la educación básica y media. Para las emprendedoras, este beneficio representa una reducción importante en los gastos del hogar, lo que a su vez facilita destinar más recursos al fortalecimiento de sus iniciativas económicas.

Por otro lado, un 18.8% de las participantes indicó que sus hijos no acceden a educación gratuita, lo que implica que deben cubrir costos educativos de manera privada. En estos casos, el emprendimiento puede convertirse en una estrategia fundamental para generar ingresos adicionales que permitan sostener la educación de los hijos. No obstante, también supone una mayor presión financiera para las madres, quienes deben equilibrar los gastos del hogar con la inversión en sus negocios.

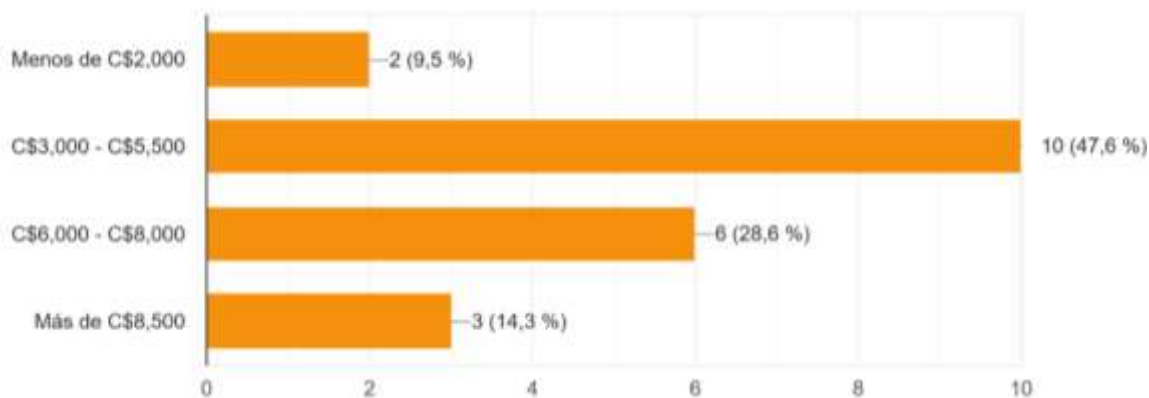
8. ¿Invierte en la salud de su familia?



Al consultar a las emprendedoras si invierten en la salud de su familia, la mayoría, correspondiente al 81%, respondió que sí realizan inversión en este ámbito. Este resultado evidencia que el bienestar familiar constituye una prioridad dentro de la gestión económica de las mujeres emprendedoras, quienes destinan parte de sus ingresos al acceso a servicios médicos, medicamentos o prácticas preventivas. Invertir en salud no solo garantiza mejores condiciones de vida, sino que también repercute en la continuidad y productividad del emprendimiento, al reducir riesgos asociados a enfermedades que puedan afectar a la familia o a la propia emprendedora.

Por otro lado, un 19% manifestó que invierte en salud de manera esporádica, lo que refleja una conducta de atención parcial o según la urgencia de las necesidades médicas.

9. Ingresos mensuales personales

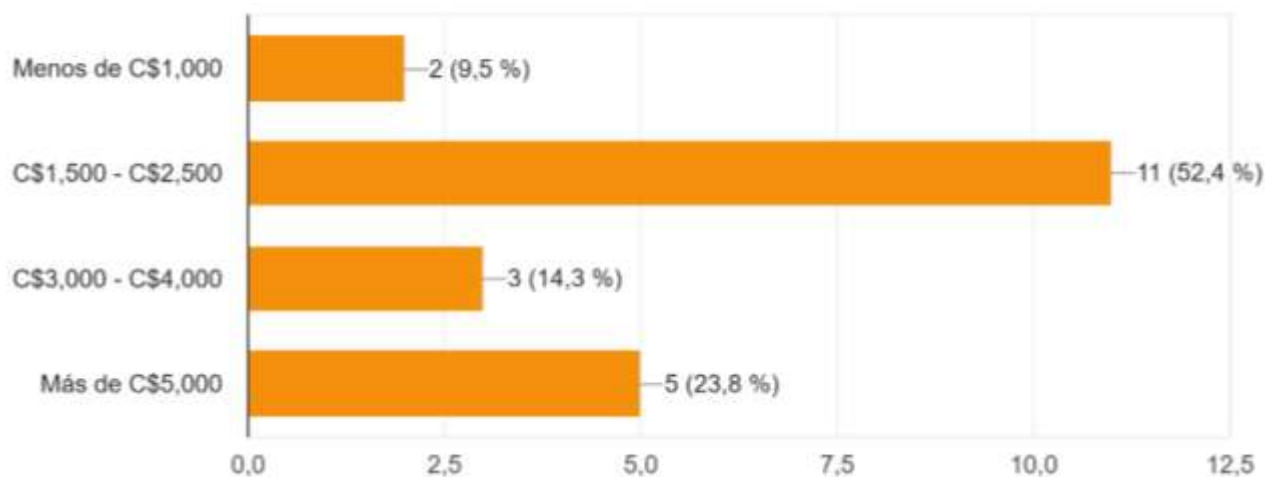


Los resultados muestran que la mayoría (47.6%) percibe ingresos entre C\$3,000 y C\$5,500, seguido de un 28.6% que obtiene entre C\$6,000 y C\$8,000. Un 14.3% reporta ingresos mayores a C\$8,500, mientras que el 9.5% indicó percibir menos de C\$2,000 al mes. Estos datos reflejan que la mayoría de las emprendedoras ha logrado estabilizar un rango de ingresos que supera el salario mínimo en algunos sectores de Nicaragua, lo que evidencia una mejora económica derivada de sus actividades creativas. Sin embargo, aún existe un grupo reducido que mantiene ingresos bajos, lo cual sugiere que el proceso de independencia económica no es homogéneo en todas las participantes.

En la entrevista a la encargada de la comisión de economía creativa en León, se señaló que el nivel de independencia alcanzado puede describirse como un proceso en fortalecimiento. La mayoría de las mujeres ha logrado generar ingresos propios, lo cual representa un paso importante hacia la autonomía financiera. Aunque estos ingresos en algunos casos no cubren la totalidad de las necesidades del hogar, permiten tomar decisiones económicas por cuenta propia, contribuir al bienestar familiar y reducir la dependencia hacia sus parejas o familiares.

De manera complementaria, en la entrevista realizada a la encargada de economía creativa de la UNAN-León, se resaltó la relevancia de esta perspectiva en el caso de las mujeres nicaragüenses, muchas de ellas madres solteras que no cuentan con otra fuente de recursos más que los generados a través de su emprendimiento. En este sentido, el emprendimiento creativo no se limita a un aporte adicional, sino que constituye la base económica para la subsistencia de la familia.

10. Egresos mensuales



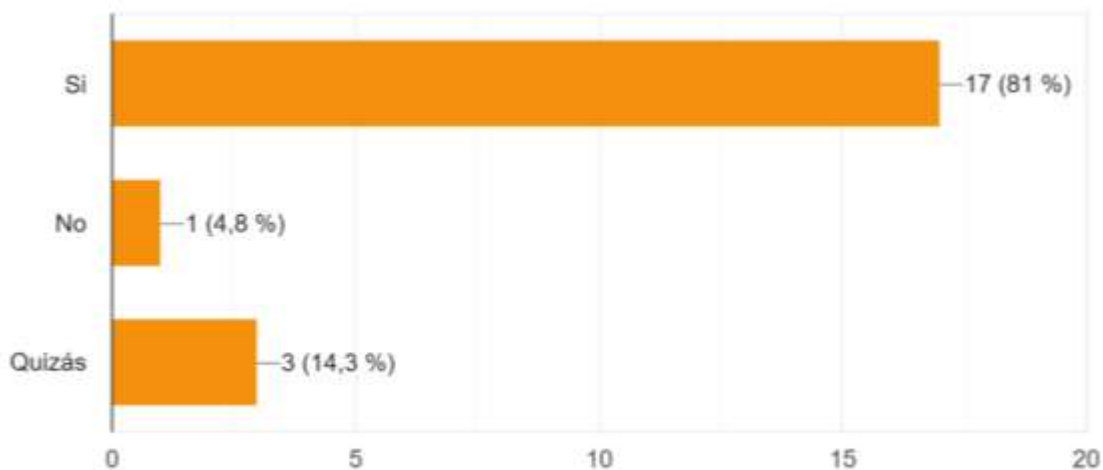
En lo referente a los egresos mensuales de las emprendedoras, los datos reflejan que la mayoría, equivalente al 52.4%, reporta gastos que oscilan entre C\$1,500 y C\$2,500. Este resultado muestra que la mayor parte de las participantes se ubica en un rango de egresos moderados, posiblemente vinculados a hogares pequeños o medianos y a un nivel de ingresos que permite cubrir las necesidades básicas del hogar.

Un 23.8% señaló tener egresos superiores a C\$5,000, lo que refleja un sector de emprendedoras con mayores responsabilidades económicas, ya sea por el tamaño de la familia o por un estilo de vida que demanda mayores gastos. Este grupo enfrenta el reto de generar ingresos más estables para cubrir sus obligaciones mensuales, lo cual puede constituir un factor motivador para el crecimiento de sus emprendimientos.

Por su parte, un 14.3% indicó egresos en el rango de C\$3,000 a C\$4,000, mientras que un 9.5% reportó gastos menores de C\$1,000, representando los extremos de la muestra. El primer grupo refleja hogares con demandas intermedias, mientras que el segundo puede relacionarse con estructuras familiares pequeñas o con una alta dependencia de subsidios y apoyos externos.

Objetivo 3: Valorar cómo la economía creativa está impulsando a las mujeres emprendedoras a mejorar su calidad de vida.

1. ¿Su calidad de vida ha mejorado desde que es emprendedora creativa?



Los resultados reflejan que el 81% de las encuestadas respondió afirmativamente, mientras que un 14.3% manifestó dudas y únicamente un 4.8% señaló que no ha percibido cambios. Estos hallazgos muestran que, de manera general, existe una percepción predominantemente positiva en torno al impacto de la economía creativa en la vida de las mujeres protagonistas, evidenciando transformaciones significativas en distintos ámbitos.

La entrevista realizada a la encargada de la economía creativa de la ciudad de León permitió identificar diversos cambios en las condiciones económicas y familiares de las mujeres emprendedoras, como la autonomía económica, puesto que antes muchas mujeres dependían de sus parejas o familiares; actualmente, al generar ingresos propios, han fortalecido su independencia y capacidad de decisión. La contribución al hogar, ahora aportan directamente en el sostenimiento familiar, cubriendo necesidades como alimentación, salud, vivienda y educación de los hijos y el empoderamiento personal, el reconocimiento de sus habilidades como fuente de ingresos ha elevado su autoestima y seguridad.

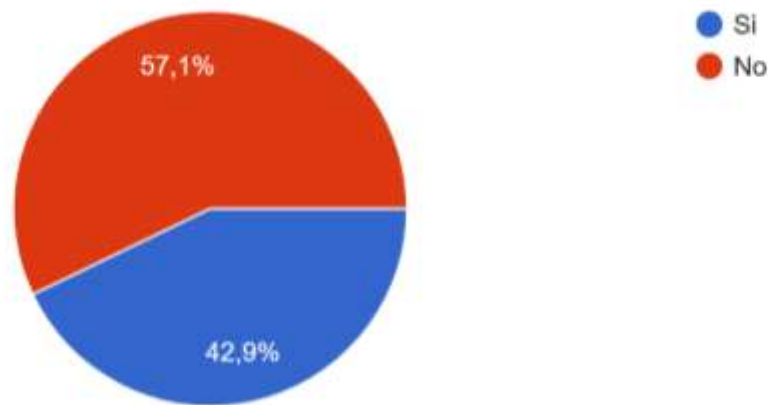
En la entrevista realizada a la encargada de economía creativa en la UNAN-León, se resalta el crecimiento progresivo de los negocios de las mujeres protagonistas. Se citan ejemplos concretos: vendedoras de frijoles que pasaron de la venta diaria al menudeo a convertirse en distribuidoras en otras comunidades, o costureras que dejaron de trabajar solas para convertirse en generadoras de empleo para dos o tres personas.

Asimismo, se enfatiza que, hasta la fecha, no se han registrado retrocesos significativos en los negocios de las emprendedoras que participan en programas de capacitación y acompañamiento. Esto evidencia que la economía creativa no solo fortalece la sostenibilidad de los emprendimientos, sino que también impulsa su escalamiento.

Desde la voz directa de las protagonistas, la economía creativa ha significado un cambio tangible en la vida personal y familiar. Una de las emprendedoras entrevistadas expresó que, antes de iniciar su negocio, debía conformarse con trabajos temporales de ingresos limitados, mientras que actualmente goza de mayor control sobre su tiempo, lo que le permite involucrarse en el cuidado y acompañamiento de sus hijos.

Su testimonio también refleja la participación activa de la familia en el negocio, ya que su esposo apoya con las entregas y su hermana colabora en el manejo de redes sociales. Este involucramiento fortalece los lazos familiares y distribuye responsabilidades.

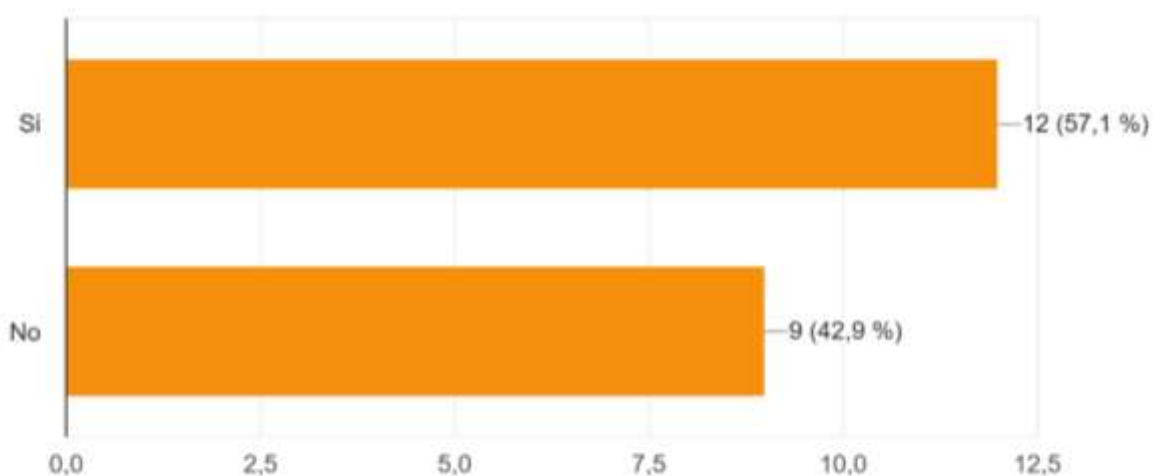
2. ¿Tiene una cuenta de ahorro?



Según las encuestas realizadas a la muestra, los resultados muestran que la mayoría, equivalente al 57.1%, respondió no contar con este recurso financiero. Esto muestra la limitada inclusión financiera de las emprendedoras creativas, lo que restringe sus posibilidades de acceder a servicios bancarios formales, créditos o programas de financiamiento que exigen como requisito la tenencia de una cuenta de ahorro. Además, esta situación puede estar asociada a la inestabilidad económica o a la falta de confianza en el sistema bancario.

Por otra parte, un 42.9% de las encuestadas indicó que sí dispone de una cuenta de ahorro, lo cual refleja un sector que ha logrado vincularse con el sistema financiero formal. Para estas emprendedoras, contar con una cuenta de ahorro puede representar una herramienta de organización económica, que permite separar recursos destinados a la familia de los del negocio, además de ofrecer seguridad en el manejo de sus ingresos y la posibilidad de proyectar inversiones a futuro.

3. ¿Ha generado empleo para otras personas?



Los resultados muestran que un 57.1% respondió afirmativamente. Este dato evidencia que más de la mitad de las emprendedoras creativas no solo trabajan para el sostenimiento de sus hogares, sino que también contribuyen a la dinamización de la economía local, creando oportunidades de empleo e ingresos para terceros. Este hallazgo confirma el rol de las mujeres emprendedoras como agentes de desarrollo comunitario, cuya actividad trasciende el beneficio personal y familiar para impactar positivamente en la sociedad.

Por otro lado, un 42.9% señaló que no ha generado empleo, lo cual puede explicarse por la etapa inicial de muchos emprendimientos, que en su mayoría se desarrollan con recursos limitados y bajo esquemas de autoempleo. Sin embargo, este grupo también representa un potencial de crecimiento, ya que, con mayor capacitación, acceso a financiamiento y apoyo institucional, estos negocios podrían convertirse en generadores de trabajo en el futuro.

VI. DISCUSIÓN

Con base en los resultados obtenidos en esta investigación, se confirma que la economía creativa ha tenido auge en los últimos años, desarrollada principalmente por mujeres emprendedoras, éstas se han fortalecido con el acompañamiento de las instituciones del estado que, a través del mandato del Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional por medio del Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza y Desarrollo Humano en los lineamientos 8 (impulsar la economía creativa) y 5 (igualdad y equidad de género) que mandata que las mujeres tienen igualdad de oportunidades, y han demostrado capacidades en esta área de economía creativa. En el caso de las mujeres emprendedoras que fueron parte de esta investigación, afirman que el emprendimiento no se limita solamente a generar ingresos, sino que ha fortalecido su autonomía, autoestima y capacidad de decisión dentro del hogar y la comunidad.

Un aspecto relevante es que la mayoría de las participantes reporta ingresos mensuales que superan el salario mínimo nacional, lo que evidencia un avance hacia la seguridad económica y la capacidad de cubrir necesidades básicas, además de destinar parte de sus utilidades al ahorro o la reinversión. Este hallazgo se relaciona con la noción de “empoderamiento económico” definida por ONU Mujeres (2020), que resalta cómo el control sobre los recursos financieros permite a las mujeres ampliar sus oportunidades de desarrollo humano. Asimismo, los datos revelan que, a pesar de iniciar con inversiones modestas (en su mayoría entre C\$4,000 y C\$6,000), las emprendedoras han logrado consolidar negocios sostenibles mediante la creatividad y el aprovechamiento de capacitaciones ofrecidas por programas gubernamentales y locales.

Otro punto que merece discusión es el vínculo entre educación y emprendimiento. La mayoría de las mujeres encuestadas cuenta con formación universitaria o secundaria, lo cual concuerda con lo planteado por Vázquez Barquero (2002) en torno al desarrollo local: la educación es un factor clave que potencia las capacidades de la comunidad para generar proyectos sostenibles. Sin embargo, también se observa que mujeres con un nivel educativo básico han logrado emprender con éxito, demostrando que la experiencia práctica y la transmisión cultural son elementos que sostienen la economía creativa.

En el ámbito social y familiar, los resultados muestran que la gran mayoría de las participantes son madres y que pertenece a familias nucleares con pocos integrantes. Esto coincide con lo expuesto por Contreras et al. (2020), quienes sostienen que el emprendimiento femenino responde tanto a necesidades económicas como a la búsqueda de independencia y superación personal frente a contextos familiares exigentes. Aquí se evidencia cómo los negocios creativos se convierten en una estrategia para equilibrar el rol de cuidadoras con el de proveedoras, fortaleciendo la resiliencia y la participación activa de las mujeres en la vida comunitaria.

El uso de la innovación y las tecnologías también se presenta como un hallazgo clave: más del 80% de las emprendedoras utiliza plataformas digitales para comercializar sus productos, lo cual refleja un proceso de adaptación a las tendencias globales de mercado. Este resultado se alinea con lo planteado por Inskip (2022), quien identifica que la economía creativa se sostiene en gran medida en la propiedad intelectual y la capacidad de diferenciarse en un mercado competitivo. Al mismo tiempo, el acceso a ferias y espacios de promoción presenciales confirma la importancia de mantener vínculos comunitarios y culturales, reafirmando la identidad local en cada producto o servicio ofertado.

En el ámbito de la formación integral, la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León (UNAN-León), a través de la Dirección de Emprendimientos, desarrolla capacitaciones dirigidas tanto a docentes como a mujeres emprendedoras en el campo de la economía creativa. El objetivo de estas acciones es fortalecer las capacidades técnicas, innovadoras y de gestión de los participantes, promover la generación de iniciativas sostenibles, impulsar la creatividad como motor de desarrollo local y contribuir a la mejora de la calidad de vida mediante el fomento de emprendimientos con valor cultural y social.

Finalmente, el impacto de las políticas públicas es innegable. Los datos muestran que la mayoría de las mujeres ha recibido apoyo del Ministerio para la Promoción de Emprendimientos y de las Alcaldías, lo que confirma la relevancia del Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza (PNLCP, 2021) en la creación de entornos que faciliten el protagonismo económico femenino. Este acompañamiento institucional no solo se refleja

en capacitaciones, sino también en incentivos financieros y plataformas de visibilización, lo que potencia la sostenibilidad de los negocios.

Los resultados evidencian que la economía creativa en León no solo ha mejorado la calidad de vida de las mujeres emprendedoras desde una dimensión económica, sino también en aspectos sociales, culturales y emocionales. Se confirma que el emprendimiento creativo es una vía efectiva de empoderamiento y transformación personal, que además contribuye al desarrollo local sostenible y a la reducción de brechas de género. Lo antes expuesto confirma de manera clara la hipótesis planteada: la creatividad y la innovación, aplicadas en los emprendimientos dentro de la economía creativa, han contribuido significativamente a mejorar la calidad de vida de las mujeres en el municipio de León. Estos hallazgos coinciden con lo señalado por autores como Howkins (2001) y Rojas-Icazbalceta (2023), quienes destacan que la creatividad se convierte en un motor de crecimiento económico y social al transformar ideas en bienes y servicios con valor agregado.

VII. CONCLUSIONES

- La economía creativa ha incidido de manera positiva en la vida de las mujeres emprendedoras de la ciudad de León, al brindarles la posibilidad de generar ingresos propios y fortalecer su autonomía económica. Este proceso no solo les ha permitido mejorar sus condiciones materiales, sino también alcanzar mayores niveles de autoestima y seguridad personal.
- La creatividad y la innovación son factores esenciales que han permitido a las mujeres de León consolidar sus emprendimientos como una alternativa económica sostenible. A pesar de las limitaciones iniciales de capital, las emprendedoras lograron transformar sus ideas en productos y servicios valorados por la comunidad.
- La formación técnica y académica de las emprendedoras ha sido determinante para el crecimiento de sus negocios. Aquellas mujeres con mayor nivel educativo y acceso a capacitaciones constantes presentan mejores resultados en términos de ingresos, organización y proyección empresarial.
- Los programas de apoyo estatal y municipal han jugado un rol clave en el fortalecimiento de los emprendimientos, especialmente en lo referente a capacitaciones, microcréditos y participación en ferias. Sin embargo, persisten desafíos relacionados con la cobertura y continuidad de dichos programas.
- Los beneficios de los emprendimientos trascienden a la vida personal de las mujeres, ya que repercuten en el bienestar de sus familias al garantizar mejores condiciones educativas, de salud y estabilidad económica. Asimismo, contribuyen al desarrollo local mediante la creación de empleo indirecto y la promoción de la identidad cultural.

VIII. RECOMENDACIONES

A las mujeres emprendedoras:

- Continuar fortaleciendo sus capacidades a través de capacitaciones técnicas y de gestión empresarial, con el fin de mejorar la calidad y competitividad de sus productos o servicios.
- Crear redes de apoyo y asociaciones entre emprendedoras que permitan compartir experiencias, recursos y estrategias de comercialización.
- Incorporar herramientas digitales y de marketing en línea que amplíen el alcance de sus emprendimientos hacia nuevos mercados.
- Incentivar el uso de prácticas sostenibles y tecnologías innovadoras en los procesos de producción y comercialización. Esto permitirá no solo aumentar la competitividad de los emprendimientos, sino también garantizar su aporte a la protección ambiental y a la preservación cultural.

A las instituciones de gobierno:

- Garantizar la continuidad de capacitaciones en economía creativa, promoviendo políticas públicas que valoren la innovación y la sostenibilidad.
- Continuar creando espacios de comercialización locales y nacionales donde las mujeres emprendedoras puedan exhibir y vender sus productos.

A la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León:

- Ampliar los convenios con instituciones gubernamentales para potenciar el apoyo a emprendedoras de la economía creativa.
- Incluir en los planes de estudio programas de formación y prácticas dirigidas a fortalecer el emprendimiento femenino en contextos locales.

A estudiantes de la Carrera:

- Promover investigaciones orientadas a la economía creativa y su impacto en la calidad de vida, con énfasis en la perspectiva de género.

- Desarrollar habilidades de acompañamiento y asesoría en procesos de organización, liderazgo y empoderamiento de mujeres en situación de emprendimiento.

BIBLIOGRAFÍA

1. Ander-Egg, E. (1995). *Diccionario del Trabajo Social*. Lumen.
2. Carranza, Y. G., Cercado, M. J., & Solano, S. E. (2018). *Emprendimientos femeninos en Ecuador*. *Revista Publicando*, 5(14 (2)), 57-66.
3. CNU. (2022). *Modelo sociopolítico y económico de Nicaragua, Módulo X*. <https://gacetasandinista.com/wp-content/uploads/2022/12/Ecosistema-Nacional-de-Emprendimiento-e-Innovacio%CC%81n.pdf>
4. Comisión Nacional de la Educación, (2024). *Estrategia Nacional de Educación en todas sus modalidades, bendiciones y victorias 2024-2026*. https://www.tecnacional.edu.ni/media/estrategiaseducacionnacional/Estrategia_Nacional_de_Educaci%C3%B3n22-07-24_compressed.pdf
5. Gaceta Sandinista. (s.f.). *Conquistas de las mujeres nicaragüenses durante el segundo gobierno sandinista*. <https://gacetasandinista.com/conquistas-mujeres-nicaraguenses-segundo-gobierno-sandinista/>
6. González-Ros, A. (2022). *Social media en emprendimientos femeninos de moda en Nicaragua: actividad, presencia y engagement*. *IgualdadES*, 6, 207-237. doi: <https://doi.org/10.18042/cepc/lqdES.6.07>
7. GRUN. (2023). *Boletín Informativo Nicaragua Creativa*. <https://www.nicaraguacreativa.com/wp-content/uploads/2023/05/BOLETIN-compressed.pdf>
8. Ecozap. (2023). *El origen de la economía creativa, su creador y su evolución*. <https://ecozap.es/economia-circular/el-origen-de-la-economia-creativa-su-creador-y-su-evolucion>
9. Martínez Centeno, M. A., García Hernández, M. R., & Salgado Téllez, Y. I. (2025). *Nicaragua creativa: un modelo de desarrollo innovador y sostenible*. *Revista Multi-Ensayos*, 11(21), 34–41. <https://doi.org/10.5377/multiensayos.v11i21.20080>
10. Petrova, V. (2024). *El PNUD está desbloqueando el potencial de la economía creativa en Kyrgyzstan*. United Nations Development Programme. <https://www.undp.org/kyrgyzstan/blog/undp-unlocking-potential-creative-economy-kyrgyzstan>

11. Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza. (2021). *Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano, 2022-2026*.
[https://www.pndh.gob.ni/documentos/pnlc-dh/PNCL-DH_2022-2026\(19Jul21\).pdf#page39](https://www.pndh.gob.ni/documentos/pnlc-dh/PNCL-DH_2022-2026(19Jul21).pdf#page39)
12. Real Academia Española, (2014). *Diccionario de la lengua española*. Vigésimotercera edición.
13. Reyes J. (2023). *Emprendimiento femenino en el barrio 9 de Octubre de la comuna Engunga del cantón Santa Elena, 2022*. La Libertad. UPSE, Matriz. Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud. 81p.
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10224/1/UPSE-TGS-2023-0091.pdf>
14. Rojas-Icazbalceta, N. (2023). Entrevista realizada a Violeta Gago García, coordinadora Comisión de Innovación - CNU y Enlace Técnico por el CNU - Comisión Nacional de Economía Creativa. Índice: Revista De Educación De Nicaragua, 2(3), 149–160.
<https://revistaindice.cnu.edu.ni/index.php/indice/article/view/79>
15. UNESCO. (2016). *Marco de competencias de los docentes en materia de TIC*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
16. UNESCO. (2021). *Foro Internacional sobre la Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible*.
<https://www.unesco.org/es/articles/foro-internacional-sobre-la-economia-creativa-para-el-desarrollo-sostenible#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20creativa%20es%20uno,y%20centrado%20en%20las%20personas>
17. Valdivieso R. (2022). *Economía creativa, un modelo de desarrollo sostenible: una mirada desde la UNESCO*. Trabajo de Investigación previo a la obtención del título de Especialización en Cooperación Internacional. Quito: IAEN

ANEXOS

Anexo 1:



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-León

Área de Conocimiento de Ciencias de la Educación y Humanidades

Área Específica de Trabajo Social

ENCUESTA

Estamos realizando una investigación como parte de nuestro trabajo de tesis para optar al título de Licenciadas en Trabajo Social. Este estudio busca conocer cómo los emprendimientos creativos han influido en la calidad de vida de mujeres emprendedoras como tú.

Tu participación es completamente voluntaria y tus respuestas serán tratadas con total confidencialidad. La información que brindes será utilizada únicamente con fines académicos, y no se compartirá tu identidad.

Agradecemos mucho tu tiempo y disposición. ¡Tu experiencia es valiosa y puede inspirar a muchas otras mujeres emprendedoras!

I. Datos Sociodemográficos

1. Edad:

- () 20 años
- () 21-25
- () 26-30
- () 31-35
- () Más de 35

2. Sexo:

- () Femenino
- () Masculino

3. ¿Tiene hijos?:

- ☐ Sí
- ☐ No

4. ¿Cuántos hijos tiene?

- ☐ Ninguno
- ☐ 1-2
- ☐ 3-4
- ☐ Más de 5

5. Zona de residencia:

- ☐ Urbana
- ☐ Rural

6. Nivel educativo alcanzado:

- ☐ Ninguno
- ☐ Primaria
- ☐ Secundaria
- ☐ Técnico
- ☐ Universidad

7. Formación recibida (referente a emprender en el campo de economía creativa):

- ☐ Ninguna
- ☐ Cursos virtuales
- ☐ Carreras técnicas
- ☐ Talleres
- ☐ Capacitaciones

II. Creatividad e Innovación

8. ¿Ha incorporado innovación en su emprendimiento?

- ☐ Sí
- ☐ No

9. Número de capacitaciones recibidas:

- ☐ Ninguna
- ☐ 1-2
- ☐ 3-4
- ☐ Más de 5

III. Emprendimiento dentro de la Economía Creativa

10. ¿Qué tipo de emprendimiento dentro de la economía creativa posee?

- ☐ Arte
- ☐ Entretenimiento
- ☐ Gastronomía
- ☐ Arquitectura
- ☐ Diseño y moda
- ☐ Otro:

11. ¿Cuál fue la fuente de financiamiento de su emprendimiento?

- ☐ Ahorros propios
- ☐ Programa de financiamiento gubernamental
- ☐ Financiamiento bancario

12. ¿Su emprendimiento ha mejorado en los últimos meses?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Más o menos

13. Inversión inicial en su emprendimiento (en C\$):

- ☐ Menos de 3,000
- ☐ 4,000 – 6,000
- ☐ 7,000 – 9,000
- ☐ Más de 10,000

14. Ganancias mensuales promedio (en C\$):

- ☐ Menos de 3,000
- ☐ 4,000 – 6,000
- ☐ 7,000 – 9,000
- ☐ Más de 10,000

15. ¿Ha reinvertido sus ganancias en otro emprendimiento?

- ☐ Sí
- ☐ No

16. ¿Cómo comercializa su emprendimiento?

- ☐ Plataformas digitales
- ☐ Servicio directo
- ☐ A través de terceros
- ☐ Ferias

17. ¿Qué instituciones le han apoyado? (marque todas las que apliquen)

- ☐ Alcaldía Municipal
- ☐ Ministerio de la Mujer
- ☐ INATEC
- ☐ Ministerio para la Promoción de Emprendimientos

IV. Calidad de Vida

18. Tipo de familia:

- ☐ Nuclear

- ☐ Monoparental
- ☐ Extensa
- ☐ Disfuncional

19. Número de integrantes del hogar:

- ☐ 2-3
- ☐ 4-5
- ☐ 6 o más

20. ¿Sus hijos tienen acceso a educación gratuita?

- ☐ Sí
- ☐ No

21. ¿Invierte en la salud de su familia?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Esporádicamente

22. ¿Su calidad de vida ha mejorado desde que es emprendedora creativa?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Quizás

23. ¿Tiene una cuenta de ahorro?

- ☐ Sí
- ☐ No

24. ¿Ha generado empleo para otras personas?

- ☐ Sí
- ☐ No

25. Ingresos mensuales personales (en C\$):

- ☐ Menos de 2,000
- ☐ 3,000 – 5,500
- ☐ 6,000 – 8,000
- ☐ Más de 8,500

26. Egresos mensuales (en C\$):

- ☐ Menos de 1,000
- ☐ 1,500 – 2,500
- ☐ 3,000 – 4,000
- ☐ Más de 5,000

Anexo 2:



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-León

Área de Conocimiento de Ciencias de la Educación y Humanidades

Área Específica de Trabajo Social

ENTREVISTA

Dirigida a una mujer seleccionada que cuente con emprendimiento dentro de la economía creativa.

1. ¿Qué la motivó a iniciar su emprendimiento?
2. ¿Con qué tipo de emprendimiento dentro de la economía creativa cuenta?
3. ¿Qué innovaciones ha integrado en su negocio?
4. ¿Qué cambios ha percibido en su calidad de vida y la de su familia desde que comenzó a emprender?
5. ¿Ha recibido apoyo institucional? ¿Qué tipo de apoyo y cuál fue su impacto?
6. ¿Qué sugerencias haría para mejorar las condiciones de otras mujeres emprendedoras en su comunidad?

Anexo 3:



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-León

Área de Conocimiento de Ciencias de la Educación y Humanidades

Área Específica de Trabajo Social

ENTREVISTA

Dirigida a miembros de la Comisión de Economía Creativa, León.

1. Desde su perspectiva, ¿de qué manera ha contribuido la economía creativa a mejorar la calidad de vida de las mujeres emprendedoras?
2. ¿Cuáles son los principales tipos de emprendimientos creativos que desarrollan actualmente las mujeres en esta comunidad?
3. ¿Existen capacitaciones o apoyos específicos que fortalezcan los emprendimientos creativos?
4. ¿Qué diferencias ha notado en las condiciones económicas o familiares de las mujeres antes y después de iniciar su emprendimiento creativo?
5. ¿Cómo describiría el nivel de independencia económica que han alcanzado estas mujeres?
6. ¿Qué factores considera clave para que la economía creativa impulse el bienestar de las emprendedoras?
7. ¿Existen barreras o desafíos que aún limitan el impacto positivo de la economía creativa en la calidad de vida de las mujeres?
8. ¿Qué recomendaciones haría para fortalecer el rol de la economía creativa como motor de desarrollo para las mujeres?

Anexo 4:

CARTA DE COMPROMISO DE CONFIDENCIALIDAD DE DATOS

Nosotras, las abajo firmantes, en calidad de responsables del estudio titulado "Economía Creativa y calidad de vida de las mujeres emprendedoras de las comunidades del municipio de León, durante el año 2025", nos comprometemos a cumplir con los principios éticos de la investigación, garantizando el respeto, la privacidad y la confidencialidad de la información proporcionada por los participantes. Declaramos que todos los datos recolectados serán utilizados únicamente con fines académicos, y que se solicitará un consentimiento informado por escrito, en el cual los participantes autoricen expresamente el uso de su información para dichos fines.

Asimismo, manifestamos nuestro compromiso de cumplir con lo establecido en la Ley N.º 787, "Ley de Protección de Datos Personales" de Nicaragua, la cual vela por la privacidad y el manejo adecuado de la información personal de los ciudadanos. Nos comprometemos a no divulgar, compartir, ni utilizar los datos personales de los participantes para fines distintos a los establecidos en el presente estudio, y a garantizar las medidas necesarias para su resguardo y protección.

Firmamos la presente en León, a los 24 días del mes de julio del año 2025.

1. Nombre completo: Concepción Scarleth Castro.

Cédula de identidad: 001-061202-1019F .

Firma: _____

2. Nombre completo: Jessy de Los Ángeles Espinoza Gutiérrez.

Cédula de identidad: 561-191203-1001X .

Firma: _____

3. Nombre completo: Nohemí de Los Ángeles Marín Dávila .

Cédula de identidad: 281-230799-1004L .

Firma: _____

Anexo 5:

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Lugar: _____

Fecha: _____

Yo, _____, con cédula de identidad número _____, manifiesto que he sido informada de forma clara, comprensible y suficiente sobre el estudio titulado "Economía Creativa y calidad de vida de las mujeres emprendedoras de las comunidades del municipio de León, durante el año 2025".

Se me ha explicado que mi participación en esta investigación es completamente voluntaria y que puedo retirarme en cualquier momento sin ninguna consecuencia negativa. Asimismo, se me ha garantizado que la información que proporcione será utilizada únicamente con fines académicos y que será tratada con estricta confidencialidad.

Autorizo expresamente el uso de mis datos personales para los fines mencionados, en cumplimiento con los principios éticos de investigación y de conformidad con la Ley N.º 787, "Ley de Protección de Datos Personales" de Nicaragua.

También autorizo que graben la entrevista que me realizarán de manera que sea utilizada para fines académicos.

He comprendido la naturaleza y los objetivos del estudio, y con pleno conocimiento y libertad, firmo la presente carta de consentimiento informado.

Firma de la participante: _____

Anexo 6:

Consentimiento informado firmado por una miembro de la Comisión de Economía Creativa de León.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Lugar: León Fecha: 10/10/2025
Yo, Araceli Hernández, con cédula de identidad número 281-00973-00162, manifiesto que he sido informado-a de forma clara, comprensible y suficiente sobre el estudio titulado "Economía Creativa y calidad de vida de las mujeres emprendedoras de las comunidades del municipio de León, durante el año 2025".

Se me ha explicado que mi participación en esta investigación es completamente voluntaria y que puedo retirarme en cualquier momento sin ninguna consecuencia negativa. Asimismo, se me ha garantizado que la información que proporcione será utilizada únicamente con fines académicos y que será tratada con estricta confidencialidad.

Autorizo expresamente el uso de mis datos personales para los fines mencionados, en cumplimiento con los principios éticos de investigación y de conformidad con la Ley N.º 787, "Ley de Protección de Datos Personales" de Nicaragua.

También autorizo que graben la entrevista que me realizarán de manera que sea utilizada para fines académicos.

He comprendido la naturaleza y los objetivos del estudio, y con pleno conocimiento y libertad, firmo la presente carta de consentimiento informado.

Firma de la participante:



Anexo 7:

Aplicación de instrumentos en feria de emprendimientos, León.



7.1. Aplicación de entrevista



7.2. Feria de emprendedores, León.



7.3. Aplicación de entrevista



7.4. Aplicación de entrevista